



## ANNEXE 3 - RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE

— EXERCICE 2020 —

# S O M M A I R E

ÉDITO.....	4
<b>1 # LE MODÈLE D’AFFAIRES, RISQUES &amp; OPPORTUNITÉS, STRATÉGIE.....</b>	<b>8</b>
1.1. Le modèle d'affaires .....	8
1.2. Les risques et les opportunités .....	10
1.3. Une stratégie qui intègre la RSE .....	11
1.3.1. 5 piliers stratégiques du Groupe qui intègrent les valeurs de la RSE.....	11
5 piliers stratégiques du Groupe qui intègrent les valeurs de la RSE .....	11
1.4. Hopscotch GROUPE et les objectifs de développement durable .....	12
1.5. Les certifications et les labels .....	13
1.5.1. Global Compact .....	13
1.5.2. Ecovadis .....	14
1.5.3. Lucie .....	14
1.5.4. Great Place to Work.....	14
1.5.5. Certification ISO 20121 – Système de Management Responsable.....	14
<b>2 # CRÉER LES LIENS ENTRE LES HOMMES .....</b>	<b>14</b>
2.1. Accompagner nos collaborateurs avec de nouveaux outils internes .....	15
2.2. Identifier les talents et accompagner les parcours .....	16
2.3. Développer les compétences des collaborateurs (formation).....	18
2.4. Promouvoir la diversité comme une richesse .....	21
2.5. Assurer la sécurité de tous les collaborateurs – La situation exceptionnelle de la COVID .....	23
2.6. Dialogue interne et bien-être des équipes en temps de COVID.....	24
2.7. Se renouveler grâce à l’intelligence collective : le HACKATON HOP.E .....	29
<b>3 # RELIER LA PLANÈTE ET LES GÉNÉRATIONS FUTURES .....</b>	<b>30</b>
3.1. Eco-concevoir les événements et les campagnes.....	30
3.1.1. Gestion des déchets.....	31
3.1.2. Les autres enjeux principaux : .....	31
3.1.3. Norme ISO 20121 .....	33
3.1.4. Exemple concret : Eco-conception de l’événement EWAYS.....	34
3.2. Impact carbone & expert agréé GCI.....	35
3.3. Sensibiliser et former les parties-prenantes aux enjeux environnementaux .....	35
3.3.1. Sensibilisation des équipes à l’éco-conception de leurs événements .....	36
3.3.2. Sensibilisation de nos clients et prestataires .....	37
3.3.3. FOCUS / les 12 Green-Flexs Sagarmatha .....	38
3.4. Maîtriser l’impact de notre siège.....	38

<b>4</b>	<b># CONNECTER TOUTES LES COMMUNAUTÉS.....</b>	<b>39</b>
	4.1. Animer un dialogue au sein de la filière .....	40
	4.2. Accompagner la Société, nos clients et nos prestataires dans leur transition .....	41
	4.2.1. Innover et créer des offres dédiées aux besoins de nos clients .....	41
	4.2.2. Accompagner les nouveaux usages numériques et la protection de la réputation.....	42
	4.2.3. Structurer des grands projets sociétaux .....	43
	4.3. Accompagner les partenaires et les fournisseurs dans leur démarche de progrès (achats responsables) .....	44
	4.4. Rendre les actions de communication accessibles à tous les publics.....	45
	4.5. Soutenir des causes et des actions solidaires .....	46
	4.6. Focus Innovation - All Wr lte.....	48
<b>5</b>	<b># ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX .....</b>	<b>49</b>
	5.1. Éthique et lutte contre la corruption au sein du Groupe Hopscotch.....	49
	5.2. Le respect des droits de l'homme .....	49
	5.3. La lutte contre l'évasion fiscale .....	50
	5.4. Le respect du bien-être animal .....	50
	5.5. La sécurité des données personnelles.....	50
<b>6</b>	<b># MÉTHODOLOGIE.....</b>	<b>50</b>
	6.1. Avant-propos.....	50
	6.2. Définition du périmètre .....	51
	6.3. Organisation du reporting .....	51
	6.3.1. Période et fréquence .....	51
	6.3.2. Planning .....	51
	6.4. Contrôles internes et externes.....	52
	6.5. Définition des indicateurs .....	52
	6.6. Précisions concernant la définition du Modèle d'affaires et du tableau des risques et opportunités .....	53

# É D I T O

## INTERVIEW DE BENOIT DESVEAUX

Directeur général de HOPSCOTCH Groupe

### Comment le Groupe Hopscotch intègre les enjeux du Développement Durable ?

Notre démarche de progrès a été lancée dès 2003. En 2010, nous avons formalisé notre politique RSE autour de sept enjeux et en 2019, nous avons intégré nos engagements sociétaux et environnementaux dans la stratégie du groupe à travers 5 piliers stratégiques. Le déploiement de cette politique s'effectue sous la forme d'un plan d'actions pilotées par des équipes dédiées. Nous avons défini des indicateurs clés qui nous permettent d'évaluer notre performance RSE. Chaque année nous sommes audités par KPMG et nous sommes fiers d'avoir obtenu la note 69/100 pour notre performance extra financière selon le barème Ecovadis.

### Votre politique d'intégration des enjeux du développement durable a-t-elle été remise en cause lors de cette année de crise ?

L'année 2020 a été particulièrement difficile pour les métiers de l'événement. En revanche, les relations publics, la communication digitale et l'International se sont bien maintenus. Avec nos offres diversifiées, nous avons démontré notre capacité de résilience et nous avons dû adapter notre politique RSE en priorisant le volet social et sanitaire. Malgré les aides mises à notre disposition par le gouvernement pour compenser la perte d'activité sur les métiers de l'événement, le manque de visibilité nous a obligés à prendre la décision très difficile de lancer un Plan de Sauvegarde de l'Emploi (« PSE »). Toutes les dispositions à notre portée ont été prises pour accompagner le mieux possible une centaine de collaborateurs de ce plan.

En parallèle, nous avons réinventé notre organisation du travail pour assurer la continuité des missions tout en assurant la sécurité et le bien-être de nos collaborateurs. Nous avons profité des quelques événements que nous avons pu organiser en 2020 pour inventer co-définir avec Socotec des procédures permettant d'assurer la sécurité sanitaire de nos événements. Les résultats furent positifs puisqu'aucun de nos événements, y compris des gros événements publics comme la REF 2020 (ex Universités d'Été du Medef) ou le 46ème Festival du Film Américain de Deauville ne se sont transformés en cluster. Dans le prolongement de cette initiative nous avons lancé avec Socotec la solution Meeting Ready pour garantir une sécurité sanitaire optimale. MEETING READY, c'est la sécurité des protocoles sanitaires stricts, et le suivi des mesures de prévention contre la Covid-19 (QHSE, hotline santé, évaluation en continu).

### Avez-vous arrêté les autres chantiers de votre démarche ?

La crise a été une opportunité pour accélérer les transformations de notre Groupe. Nous avons développé de nouvelles offres autour de la digitalisation des événements avec pour objectif d'inventer des solutions afin de maintenir le lien entre le management des

entreprises et leurs équipes à distance et plus globalement avec l'ensemble de leurs publics.

Preuve de la continuité de notre démarche RSE, nos agences événementielles (Hopscotch Event et Sagarmatha) ont passé avec succès l'audit de BSI et ont été certifiées ISO 20121. Ce challenge a été possible car nous nous sommes appuyés sur les équipes pilotes du groupe travaillant selon cette norme depuis 2011.

### **Quelle sera la prochaine étape de votre démarche de progrès ?**

Depuis 3 ans, nous sommes engagés dans une démarche de formalisation de notre mission. Celle-ci s'axe autour du développement de relations puissantes et durables entre l'entreprise et l'ensemble de ses publics : ce que l'on appelle le capital relationnel. Ce capital relationnel est l'un des ressorts majeurs de la vitalité de l'entreprise et de son aptitude à créer de la valeur.

On le voit particulièrement aujourd'hui, avec la crise de la COVID : les entreprises qui ont su pivoter et s'adapter sont celles qui ont trouvé des ressources auprès de leurs parties-prenantes. Le cadre de la transformation environnementale et sociale, qui est celui dans lequel se positionnent toutes les entreprises actuellement, demande une évolution à l'unisson de tout leur écosystème : on s'aperçoit que le meilleur atout pour la réussite de cette transformation est un capital relationnel préalable solide.

C'est ce troisième capital, avec le capital matériel et le capital immatériel, que nous cherchons aujourd'hui à faire connaître et à évaluer. Il confirme notre vision initiale de vouloir rassembler au sein d'une même agence tous les métiers et expertises permettant d'accompagner les organisations dans la gestion de leurs relations avec l'ensemble de leurs publics.

### **Pouvez-vous nous donner des précisions sur la méthode utilisée pour définir votre raison d'être ?**

Depuis le début, nous avons réfléchi à notre raison d'être avec l'ambition d'inscrire notre démarche dans une réflexion plus globale au service de notre vision. Pour identifier et nourrir cette vision, nous avons opté pour une méthodologie collaborative afin d'assurer l'appropriation de l'ensemble des collaborateurs du groupe.

Les travaux ont commencé avec notre board constitué d'une cinquantaine de managers. Ensuite, la meilleure façon de susciter l'engagement autour de cette mission était de demander à nos collaborateurs ce qu'ils en pensaient et comment ils vivaient dans l'exercice de leur pratique au quotidien ce capital relationnel : comment ils le développaient auprès de leurs clients, comment ils l'inscrivaient dans la mutation digitale, ce qu'ils souhaitaient faire pour le développer....Le projet ALL WRITE est né de cette volonté de partage auprès de tous, s'est présenté sous la forme de débats ouverts puis a évolué pendant la COVID sous celle d'un livre collaboratif sur la relation à l'ère COVID et post-COVID. Aujourd'hui, nous sommes dans l'étape finale de notre démarche et nous espérons présenter ce livre à la rentrée.

## INTERVIEW DE PIERRE-FRANCK MOLEY

Directeur général de HOPSCOTCH Groupe et membre du Directoire en charge des ressources humaines, du juridique et des finances.

### ***Quel est l'impact de l'engagement RSE sur la dynamique économique de notre entreprise ?***

Cette année a démontré la nécessité pour les entreprises d'intégrer la RSE au cœur de leurs métiers, afin de survivre. Toutes les entreprises, qu'elles soient de conseil, agricoles ou industrielles, doivent aujourd'hui légitimer leurs activités en démontrant l'importance qu'elles portent au respect du sol et de l'humain. La RSE est assurément un mouvement de fond mondial : l'ensemble des pays où nous sommes implantés sont plus que concernés par la montée en puissance des enjeux sociétaux.

Dans le contexte que nous connaissons, notre économie est secouée par la COVID et la priorité est aujourd'hui pour nous de prendre soin de nos salariés, en leur offrant un travail et une visibilité. Offrir cette stabilité à nos équipes implique en premier lieu le maintien de notre activité : il n'y a pas de RSE au sein d'une structure inconstante. Le profit est ainsi représentatif du niveau de défense immunitaire de l'entreprise : lors d'une situation difficile, elle aura la capacité fondamentale de protéger ses salariés.

### ***Dans quelle mesure peut-on transformer des entreprises pour qu'elles restent profitables tout en s'alignant sur un projet de société ?***

Craindre que l'intégration de la RSE soit un frein à la profitabilité est une assertion bien dépassée : aujourd'hui, il n'y a pas un fonds qui n'investit pas dans des entreprises à impact positif, il n'y a pas une entreprise qui n'associe pas la RSE à la création de valeur. Aujourd'hui une entreprise qui n'intègre pas les enjeux de la RSE est un facteur de risque majeur.

Cet équilibre vertueux assure un système économique durable et résistant ; et notre mission quotidienne chez Hopscotch Groupe est de démontrer la vertu de cet équilibre en conseillant nos clients sur les choix stratégiques améliorant leurs impacts.

### ***Post-Covid, est-ce que les objectifs RSE sont menacés face aux enjeux économiques ?***

L'urgence de la situation place les enjeux économiques au premier plan.

Nous allons avoir un risque de chômage très important : le marché du travail sera tendu, notamment pour les jeunes qui auront des difficultés à accéder à l'emploi. Pour autant, le reste de la démarche est toujours bien présent : la RSE n'est pas optionnelle. On remarque bien les enjeux de solidarité qui se sont déployés partout par exemple.

De plus, d'autres éléments sont bénéfiques : en tant que consommateurs, nous nous sommes aperçus qu'il était possible de vivre avec moins pendant deux mois, mais peut-être mieux. Est-ce que la consommation reprendra son niveau d'antan ? Peut-être. Mais avec un niveau certainement plus qualitatif, il y aura sans doute un « après » légèrement différent : je ne crois pas qu'il y ait de révolution mais certaines lignes vont assurément être modifiées, en mieux.

## GOUVERNANCE

### Piloter le développement durable

Un membre du Directoire, Benoît Désveaux, porte le développement durable au plus haut niveau de l'entreprise.

Par ailleurs, les managers membres du directoire insufflent les principes de la RSE à tous les niveaux de l'organisation.

### Instaurer une gouvernance responsable

HOPSCOTCH Groupe est une société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance. Le Conseil de surveillance se réunit cinq à six fois par an et convoque tous les membres du Directoire.

Il prend acte de l'état d'avancement des affaires et de notre stratégie, des prévisions budgétaires remises à jour, avalise la politique de croissance externe et s'assure des grands équilibres financiers, notamment en termes d'endettement et de trésorerie.

La taille de l'entreprise ne justifie pas la création d'un comité d'audit indépendant. Toutefois, le Conseil de Surveillance se réunit sous forme de conseil d'administration en présence des membres de la direction.

HOPSCOTCH Groupe adhère au référentiel de gouvernance de Middledenext, bien adapté à sa taille et validé par les autorités de contrôle.

#### Innovation

##### Focus Gouvernance chez Sagarmatha

**Sagarmatha**

Start  
With  
People

Créé en 2016, le Sagboard de Sagarmatha est une version élargie du Comité de direction. Il rassemble des collaborateurs élus et des managers de différents bureaux et marques, ainsi que les quatre directeurs généraux. Le Sagboard a pour ambition de faire remonter, sélectionner et faire avancer les sujets concrets et stratégiques qui concernent la vue de l'agence et le business en allant toujours vers plus de responsabilité au sein de l'équipe.

Ce sont ainsi une dizaine de participants (8 d'entre eux élus par leurs pairs, ainsi que 2 tirés au sort) représentant toutes les fonctions de l'entreprise, qui se sont réunis à 2 reprises au cours de l'année 2020 pour prendre les grandes décisions d'orientation pour l'entreprise, autour des thématiques choisies par les équipes :

- › Créativité et communication
- › Rémunération
- › Stratégie de marque

# # LE MODÈLE D'AFFAIRES, RISQUES & OPPORTUNITÉS, STRATÉGIE

## 1.1. Le modèle d'affaires

### UNE CRÉATION DE VALEUR DURABLE

#### NOS RESSOURCES



#### 629 Collaborateurs

170 Consultants à l'international  
350 Experts événementiel digital  
250 Consultants en relations publics & digital  
40 Créatifs & planneurs stratégiques

Hopscotch génère aussi de la valeur humaine, sociale et sociétale au bénéfice de ses communautés, en 2020 :

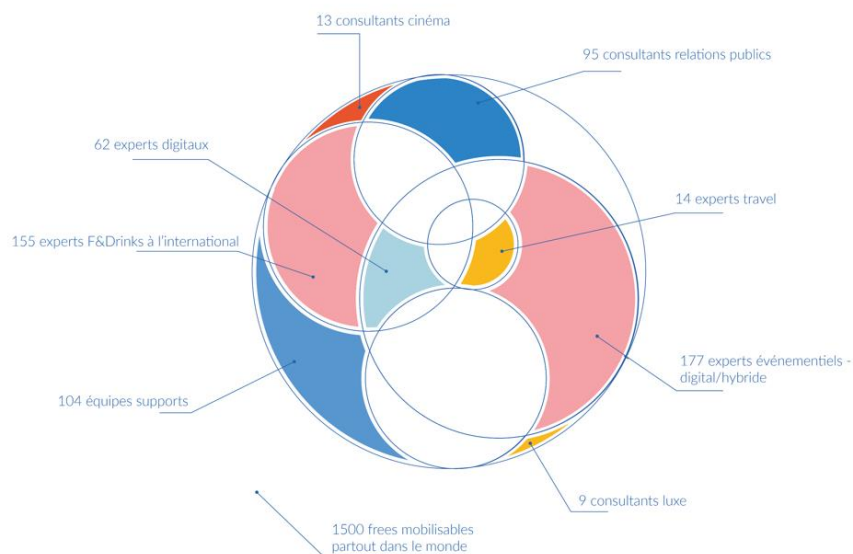
**79**  
recrutements

**276**  
collaborateurs  
ont bénéficié  
d'une formation

**76 454**  
euros affectés  
aux causes  
solidaires



#### NOS CONSULTANTS EXPERTS





## NOTRE ACCOMPAGNEMENT CLIENT



### Rencontrer nos clients et valoriser notre offre

Communiquer autour de nos valeurs : participer à des événements engageants (France & Monde).

Prendre la parole pour montrer notre savoir-faire : dans les médias, à l'occasion de rencontres thématiques ou d'actions de relations publiques sur les Réseaux Sociaux.

Créer des événements propriétaires pour établir un dialogue entre toutes nos parties prenantes.

Répondre aux attentes des clients et des institutions : être présent sur les compétitions et marchés publics notamment.

Sensibiliser et accompagner nos clients sur les grands enjeux de notre époque : sociétaux et environnementaux.

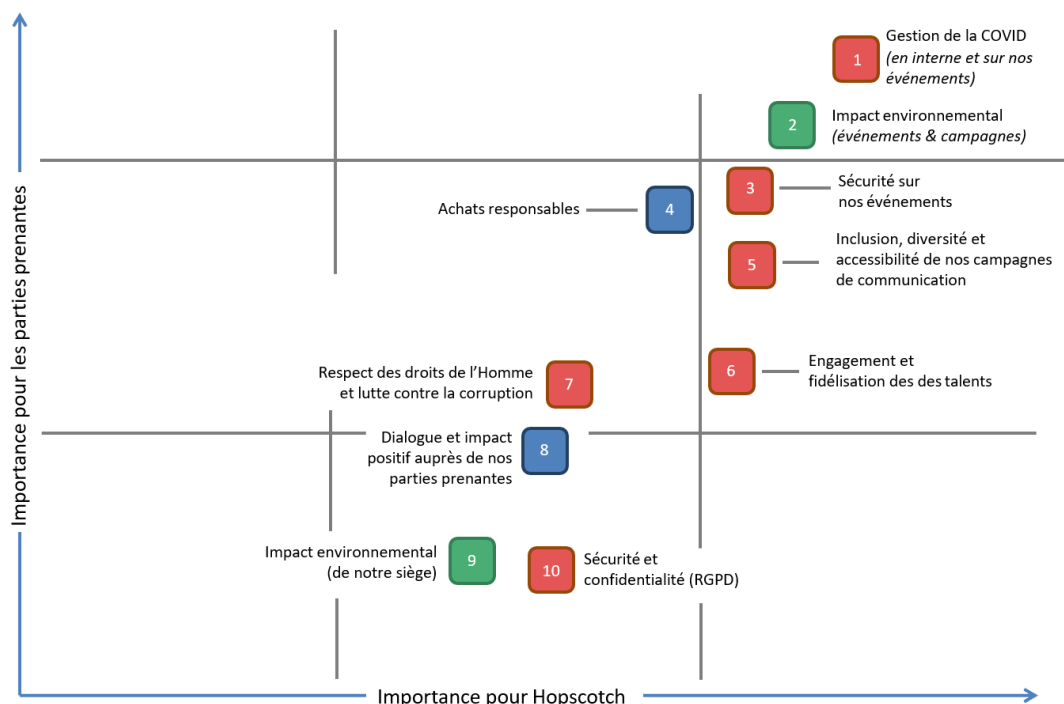
## NOS ACTIVITÉS ET VALEURS



## 1.2. Les risques et les opportunités

Enjeux RSE prioritaires						
	Risque/opportunité	Enjeu	Actions	indicateur chiffré	2019	2020
1	<b>SOCIAL</b> Gestion de la COVID (en interne et sur nos événements)	Assurer la sécurité sanitaire pour nos collaborateurs (au siège et sur nos événements)	Mettre en place notre protocole de sécurité COVID et protocole SOCOTEC sur les événements Partager notre protocole avec nos clients et fournisseurs Gérer l'isolement, le stress des collaborateurs, le télétravail.	<i>Nbre de cas contaminés chez Hopscotch</i>	/	<b>42</b>
2	<b>ENVIRONNEMENT</b> Impact environnemental (événements & campagnes)	Réduire l'impact environnemental des productions événementielles et campagnes de communication (déchets, GES, énergie, matériaux)	Mettre en place des dispositifs favorisant l'économie circulaire et l'éco-conception Mettre en place notre Programme Zéro Déchet Déployer des outils de calcul de notre impact carbone	<i>Quantité de matériaux donnés à des associations (en m3)</i>	527 m3	<b>143 m3</b>
3	<b>SOCIAL</b> Sécurité sur nos événements	Assurer la sécurité de toutes les parties prenantes de nos événements (production et événements digitaux)	Réaliser des plans de prévention pour tous les événements produits Sensibiliser/former nos équipes en interne Assurer la cybersécurité de nos événements digitaux	<i>Nombre d'incidents sur les événements</i>	/	0
4	<b>ECONOMIQUE</b> Achats responsables	Assurer l'engagement de nos fournisseurs référencés et identifier ensemble les meilleures pratiques en matière de RSE.	Evaluer nos partenaires et fournisseurs sur leur stratégie RSE Insérer des clauses environnementale et sociale dans les cahiers Sensibiliser, co-construire et former nos prestataires en éco-socio-conception	<i>Nombre de commandes passées à des fournisseurs liés au handicap (EA et ESAT)</i>	/	<b>10</b>
5	<b>SOCIAL</b> Inclusion, diversité et accessibilité	Lutter contre les discriminations en interne et mieux incarner les valeurs inclusives de l'entreprise. Assurer l'accessibilité de nos actions de communication (messages, événements) pour tous les publics	Réaliser des campagnes d'informations et de sensibilisations régulières sur le handicap, l'inclusion, la diversité Rendre nos campagnes et événements accessibles à tous les publics (situation de handicap ou éloignés des standards de communication classiques), avec des partenaires experts (Inspirence, Les Ateliers de l'Accessibilité) ou l'utilisation du Français pour tous	<i>Taux de travailleurs handicapés</i> <i>Taux de femmes managers</i>	0,46% 64%	<b>0,91%</b> <b>64%</b>
6	<b>SOCIAL</b> Engagement et fidélisation des talents	Séduire, intégrer et fidéliser les meilleurs talents en interne Anticiper et adapter les trajectoires professionnelles aux évolutions de nos métiers et de la société	Travailler notre attractivité pour attirer/conservier nos talents (QVT, mobilité interne, télétravail, gestion de l'isolement, communication interne...) Former nos collaborateurs (notamment à la RSE)	<i>Nombre de personnes recrutées en 2020</i> <i>Nombre d'heures de formations suivies</i> <i>Nombre de salariés formés</i>	132 8781 295	<b>79</b> <b>4012</b> <b>271</b>
7	<b>SOCIAL</b> Respect des droits de l'Homme et lutte contre la corruption	Assurer le respect des droits de l'Homme et des pratiques éthiques	Diffuser et appliquer notre Code de conduite anticorruption Animer notre comité "éthique" au sein de Hopscotch et informer sur la procédure d'alerte existante	<i>Nombre d'alertes reçues</i>	0	<b>0</b>
8	<b>ECONOMIQUE</b> Dialogue et impact positif auprès de nos parties prenantes	Soutenir le secteur associatif Faire évoluer la profession vers un impact plus positif Favoriser le dialogue entre des communautés (experts, grand public, institutions, entreprises, associations...) Accompagner et encourager nos clients dans la mise en place de politiques responsables et de l'intelligence collective	Réaliser des actions philanthropiques (dons et mécénat) auprès du secteur associatif Partager notre expérience RSE avec nos pairs, et participer à des groupes de travail pour faire évoluer la profession Créer des événements propriétaires qui instaurent un dialogue (L'Usine Extraordinaire, Solutions COP 21) Créer l'offre Hopscotch pour conseiller et encourager les actions RSE et l'intelligence collective des entreprises et organisations	<i>Montant total des dons et mécénats aux associations</i> <i>Nombre de strike organisés</i>	205 043 € 23	<b>76 454,00 €</b> <b>14</b>
9	<b>ENVIRONNEMENTAL</b> Impact environnemental (de notre siège)	Limitier les consommations d'énergie liées et améliorer la gestion de nos déchets au siège	Optimiser les consommations d'énergies et de fournitures Optimiser le tri et la réduction de nos déchets Sensibiliser les équipes internes aux gestes responsables	<i>Quantité de déchets recyclés au siège (kg)</i>	17 564	<b>23 001</b>
10	<b>SOCIAL</b> Sécurité et confidentialité (RGPD)	Respecter les obligations liées à la RGPD	Former nos collaborateurs aux principes de protection des données personnelles	<i>Nombre de salariés formés à la RGPD</i>	/	<b>47</b>

## Matrice de matérialité - 2020



## 1.3. Une stratégie qui intègre la RSE

### 1.3.1. 5 piliers stratégiques du Groupe qui intègrent les valeurs de la RSE

#### 5 piliers stratégiques du Groupe qui intègrent les valeurs de la RSE

- › **Innovation** / Faire évoluer en permanence les théories et les pratiques de nos métiers de la communication. Renforcer notamment la partie digitale qui permet d'établir des liens durables et forts avec nos communautés. Aller vers des technologies permettant de faire vivre des expériences et créer des nouvelles relations entre les hommes.
- › **Entrepreneuriat** / Développer l'esprit d'entreprendre dans l'ensemble de notre écosystème, c'est-à-dire encourager nos partenaires à prendre part aux grands enjeux de notre époque, qu'ils soient environnementaux, sociétaux ou éthiques, et travailler ensemble à établir des solutions à tous les publics. C'est dans le dialogue et l'échange que naît la volonté d'entreprendre de façon responsable.
- › **Talents** / Promouvoir un cadre de travail qui favorise la diversité et l'inclusion, le transfert de compétences, et renforce la sécurité de nos collaborateurs. Faire grandir la connaissance de la RSE et l'engagement des collaborateurs en interne pour mieux incarner la mission responsable du groupe vers les publics externes.
- › **Conseil** / S'appuyer sur nos expertises pour aider nos clients à mieux identifier, faire connaître, évaluer le capital relationnel de leurs marques, entreprises et de leurs organisations ; ce capital relationnel constitue pour nous un des piliers du capital immatériel essentiel à toute entreprise qui veut développer sa responsabilité et s'engager dans un projet de transformations. En cohérence avec notre raison d'être sur la construction de la relation, faire évoluer nos propositions et optimiser notre écoute et nos liens afin de consolider notre écosystème relationnel.

- › **Responsabilité** / Intégrer, avec nos fournisseurs et partenaires, les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux dans nos projets dès leur conception et à toutes les étapes de leurs réalisations. Faire évoluer l'ensemble de notre écosystème vers une plus grande conscience des enjeux d'une communication responsable et inclusive. Eduquer à la RSE et partager nos enseignements. Généraliser le calcul du bilan carbone pour nos événements et nos campagnes de communication afin de mesurer leur impact et savoir où réduire nos émissions de GES en priorité.

#### 1.4. Hopscotch GROUPE et les objectifs de développement durable

Le groupe Hopscotch GROUPE contribue, à son échelle, à la transformation de la société. La stratégie RSE mise en place par l'entreprise participe d'une démarche de progrès, pour un avenir meilleur et durable. En ce sens, les actions RSE de Hopscotch GROUPE peuvent être rattachées aux Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par les Nations-Unies pour répondre aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, et pour engager les organisations à agir.

Dans le cadre de sa stratégie RSE, Hopscotch GROUPE mobilise **8 des 17 Objectifs de Développement Durable**.



##### Objectif 1 : Pas de pauvreté

La croissance économique doit être partagée pour créer des emplois durables et promouvoir l'égalité

- › Hopscotch Groupe dessine un entrepreneuriat plus inclusif, en participant à des réseaux d'entrepreneurs engagés pour la croissance : Croissance +, Réseau Entreprendre, ou encore le Parlement des entrepreneurs.



##### Objectif 2 : Faim « Zéro »

Le secteur de l'alimentation et de l'agriculture offre des solutions clés pour le développement, et il est au cœur de l'éradication de la faim et de la pauvreté

- › Avec l'appui de ses partenaires, Hopscotch GROUPE lutte contre le gaspillage alimentaire et œuvre pour la redistribution de denrées



##### Objectif 3 : Bonne santé et « bien-être »

Donner les moyens de vivre une vie saine et promouvoir le bien-être de tous à tous les âges est essentiel pour le développement durable.

- › Hopscotch Groupe déploie pour ses collaborateurs un accord d'entreprise pour le bien-être au travail
- › Grâce à sa Fondation pour l'innovation et la transmission du goût, Hopscotch Groupe lutte contre la précarité alimentaire.
- › Hopscotch Groupe a transformé son organisation pour intégrer la crise de la Covid et assurer la sécurité sanitaire (en interne et lors de ses événements)



##### Objectif 5 : Égalité entre les sexes

L'égalité des sexes n'est pas seulement un droit fondamental de la personne, mais aussi un fondement nécessaire pour l'instauration d'un monde pacifique, prospère et durable.

- › Chez Hopscotch Groupe, 64% des managers sont des Femmes
- › Chez Hopscotch Groupe, 50% d'Hommes sont au CODIR



### Objectif 8 : Travail décent et croissance économique

Nous devons revoir et réorganiser nos politiques économiques et sociales visant à éliminer complètement la pauvreté.

- › La sélection de partenaires responsables fait partie de la performance globale des achats du groupe Hopscotch (insertion, ESS, clause sociale...)
- › Des campagnes de sensibilisation internes sont menées sur la thématique du handicap et de l'emploi



### Objectif 12 : Établir des modes de consommation et de production durables

La consommation et la production durables visent à « faire plus et mieux avec moins ».

- › Pour Hopscotch GROUPE, la priorité est au « Zéro déchet » pour l'ensemble des événements
- › Un programme de tri sélectif poussé est mis en place pour les activités du siège social



### Objectif 13 : Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques

Hopscotch est engagé pour limiter son impact et ses émissions de Gaz à effet de serre.

- › Nous avons mis en place une Travel Policy afin d'encadrer les déplacements et limiter notre impact
- › Nous sommes Expert Agréé de GCI (Global Climate Initiatives), un outil pour calculer son bilan carbone, que nous proposons à nos clients



### Objectif 17 : Partenariat pour la réalisation des objectifs

Des partenariats inclusifs construits sur des principes et des valeurs, une vision commune et des objectifs communs sont nécessaires.

- › Via les associations et les syndicats de sa filière, Hopscotch GROUPE contribue à différentes démarches collaboratives de transformation des métiers du conseil, de la communication et de l'événement

## 1.5. Les certifications et les labels

### 1.5.1. Global Compact



**Global Compact**  
Réseau France

**Nous sommes membres du Global compact et signataire des 10 principes de l'ONU depuis 2009.** Ces engagements attestent notre respect des Droits de l'Homme, Normes internationales du Travail, l'Environnement et la Lutte contre la corruption.

### 1.5.2. Ecovadis

**En 2020, le groupe Hopscotch obtient une note de 69 / 100 pour l'ensemble de sa stratégie RSE.**

L'évaluation porte sur actions et résultats du groupe en termes de politique environnementale et sociale, et concerne également la mise en place d'initiatives pour les achats responsables, l'éthique ou les droits de l'homme.



### 1.5.3. Lucie



**Sagarmatha a été labellisée « LUCIE » pour la première fois en 2008 et poursuit son engagement en faveur du développement durable depuis près de 12 ans.**

Suite au dernier audit du 16 décembre 2019, le certificat d'attribution du Label, a été remis le 27 février 2020 pour une durée de 36 mois. Une évaluation à mi-parcours sera effectuée par le Bureau Veritas Certification sur la mise en œuvre des engagements de progrès.

### 1.5.4. Great Place to Work

En 2019, Sagarmatha s'est placé 2ème au classement Great Place to Work des entreprises de moins de 50 salariés. Placer l'humain au cœur de la raison d'être et de la stratégie, telle est la devise qui est ancrée au quotidien dans le fonctionnement de l'organisation Sagarmatha, marquée parallèlement par le contexte 2020 et la pandémie de Covid-19.

La filiale Sagarmatha renouvèlera à l'avenir un diagnostic de son organisation « où il faut bon travailler ».



### 1.5.5. Certification ISO 20121 – Système de Management Responsable



Fort de 15 ans d'expérience en éco-conception des événements, Hopscotch Event et Sagarmatha obtiennent en octobre 2020 la certification de leur système de management responsable.

Cette norme reconnaît nos procédures visant à l'éco-conception de nos événements responsable appliquées à nos événements mise en place depuis déjà 10 ans : Hopscotch GROUPE avait déjà fait certifier l'une de ses équipes en 2011, puis Solution Cop 21 en 2015 et les Universités d'été du Medef en août 2020.

## 2

## # CRÉER LES LIENS ENTRE LES HOMMES

### Responsabilité sociale

Hopscotch GROUPE est avant tout une entreprise de services. Les femmes et les hommes qui composent le Groupe en sont la première richesse, son principal actif immatériel.

Les collaborateurs sont ainsi au cœur de la création de valeur et des enjeux de développement durable. C'est la raison pour laquelle Hopscotch GROUPE s'engage à



promouvoir les talents, à construire un cadre de travail inspirant et positif, et à assurer la sécurité de tous.

Soucieux d'enrichir ses process de travail et ses collaborations, Hopscotch GROUPE expérimente des organisations du travail plus flexibles et plus transversales, propices à l'épanouissement de ses équipes, et à la qualité de ses offres pour ses clients.

Cette année, la COVID a été un véritable défi pour nos équipes, à la fois pour gérer les nouvelles façons de travailler mais également pour assurer la sécurité de nos collaborateurs à notre siège. Il a fallu réinventer notre façon de communiquer pour réunir tous nos collaborateurs malgré le télétravail et assurer leur bien-être malgré la distance.

Score ECOVADIS pour l'item « Social et droits de l'homme »

**70/100**

## 2.1. Accompagner nos collaborateurs avec de nouveaux outils internes

Depuis 2018, Hopscotch GROUPE renforce son service des ressources humaines démontrant ainsi notre volonté d'instaurer un dialogue interne plus cohérent au sein du Groupe.

Hopscotch GROUPE étant constitué de nombreuses agences (dont depuis cette année Sopexa) nous avons eu besoin de renforcer notre capacité d'accompagnement pour tous les collaborateurs. Cela fut un succès notamment grâce à une équipe RH étoffée, qui a su proposer des innovations et renforcer les échanges, notamment numériques, pour tous les collaborateurs.

*« Aujourd'hui, la direction des ressources humaines se positionne comme un véritable business partner, et déploie encore mieux sa capacité d'accompagnement. », déclare Marie de Beauregard, Directrice des ressources humaines.*

### Digitalisation

Depuis deux ans, le chantier de digitalisation est une priorité. Les tickets restaurant mais aussi les bulletins de paie ont ainsi été dématérialisés, permettant aux équipes RH de se concentrer sur leur mission première d'accompagnement des talents.

- › L'utilisation de l'outil Talent Soft permet de centraliser et d'actualiser en temps réel l'ensemble des informations relatives à un collaborateur, notamment celles liées aux entretiens d'évaluation et d'évolution.
- › Odoo, l'outil de gestion administratif, a été enrichi d'une modalité RH mais aussi d'assurer une gestion des absences entièrement digitalisée, permettant aux managers de renseigner l'arrivée et le départ des agents, et ainsi de mieux anticiper les intégrations.

Cette digitalisation s'est accélérée avec la crise de la COVID. Le suivi du télétravail, la jauge des collaborateurs présents au siège ou enregistrement des taux de chômage partiel ont dû être digitalisés. Le contact humain restant primordial chez Hopscotch GROUPE, nous avons souhaité garder le contact grâce à des réunions de familiarisation à nos outils digitaux, en distanciel.

On le constate aujourd'hui : ce chantier de digitalisation initié en 2018 permet d'instaurer un accompagnement plus attentif des collaborateurs, et de construire un environnement plus fluide et plus transparent.

## COVID

En 2020, la COVID nous a demandé de réinventer nos manières de travailler. Le confinement strict annoncé en mars nous a imposé de généraliser le télétravail (qui était déjà en place de façon beaucoup plus mesurée).

Nous avons ainsi accompagné la mise en place du travail à la maison, notamment en équipant nos équipes de création d'écrans et d'ordinateurs fixes. Le reste de nos équipes étant déjà équipées en ordinateurs portables, chacun a simplement pu être rapidement opérationnel chez soi.

L'équipe RH a, dès le début, veillé à la prévention de l'isolement des collaborateurs. Suite à plusieurs remontées des managers concernant un isolement difficile à vivre pour certains collaborateurs, nous avons fait le choix de rouvrir les locaux exceptionnellement pour apporter un soutien pendant cette période compliquée à partir du 12 mai 2021. Un protocole sanitaire très complet a alors été créé pour assurer la sécurité de nos collaborateurs au siège (détaillé au paragraphe 2.5). Depuis ce premier déconfinement, les locaux sont restés ouverts laissant aux collaborateurs le choix de venir ou non tout en respectant les jauges. Tous nos outils internes (intranet et réseau social interne) ont été mobilisés pour une parfaite circulation de l'information.

**En 2020, seuls 42 cas contaminés ont été identifiés au plus vite afin d'assurer leur isolement et de prévenir toutes les personnes cas-contacts.**

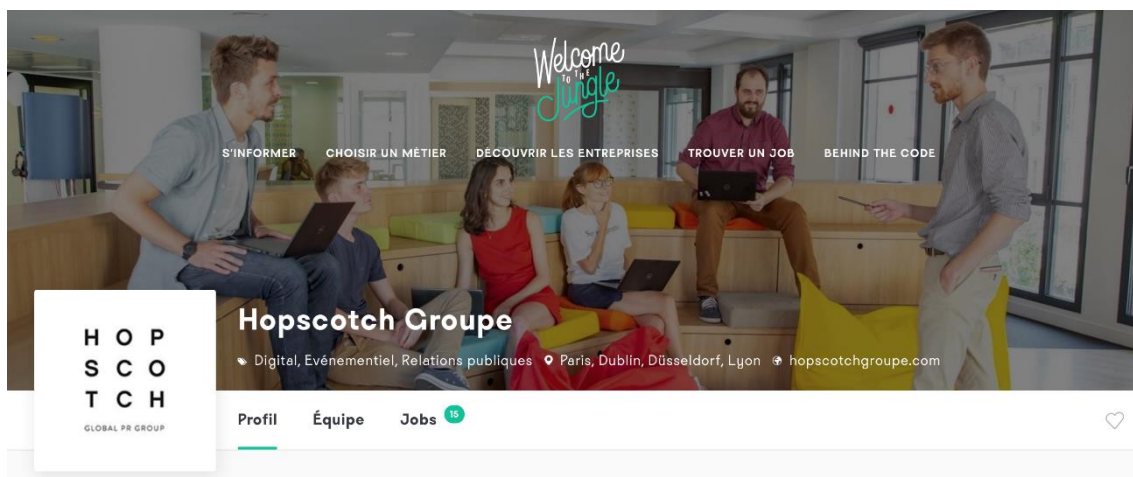
## 2.2. Identifier les talents et accompagner les parcours

### Recrutement

Le recrutement a toujours été un enjeu stratégique pour Hopscotch GROUPE. Nos talents sont la première richesse de notre entreprise.

La page LinkedIn du groupe regroupe toutes les entités de Hopscotch GROUPE, et est régulièrement enrichie pour montrer la vie dans l'entreprise, les coulisses d'un événement, les photos des temps forts, et bien sûr les offres d'emploi. D'autres canaux, notamment via les réseaux sociaux du Groupe, sont également activés pour faire rayonner la marque auprès des candidats : le groupe Hopscotch GROUPE est présent depuis 2019 sur le réseau « Welcome to the Jungle », média qui permet de valoriser les offres et l'univers de son entreprise.





**En 2020, 79 personnes ont rejoint le groupe Hopscotch** (vs 132 en 2019, notamment à cause du confinement et de l'interdiction des événements).  
**L'entreprise totalise ainsi 629 collaborateurs en 2020, dont 451 en France.**

Malgré la situation très difficile de 2020, Hopscotch GROUPE a mis à jour sa page entreprise en présentant notamment de nouveaux métiers afin de poursuivre de valoriser l'expérience collaborateur.

Désormais l'ensemble de nos recrutements s'effectue via notre Outils Talentsoft, qui permet d'avoir un processus de recrutement plus fluide et engageant pour le candidat. En outre, il permet de centraliser pour le recruteur l'ensemble des candidatures au même endroit et d'assurer une gestion plus attentive des candidatures.

### Embauche et inclusion

L'inclusion étant un sujet prioritaire dans notre stratégie RSE, nous cherchons proactivement à valoriser l'embauche des personnes en situation de handicap. Tout comme en octobre 2019, nous avons participé en avril 2020 à un forum de recrutement en ligne (Hello Handicap) destiné aux PSH (personnes en situation de handicap) : l'objectif était notamment de se faire connaître auprès de profils juniors. Tout notre travail interne de sensibilisation à l'inclusion est détaillé au chapitre 2.4.

L'attractivité de notre marque employeur se déploie donc beaucoup vers l'externe, mais également en interne et nous nous appliquons à faire évoluer nos talents en interne.

### Évaluation des talents

Pierre angulaire de la gestion des talents, l'évaluation des collaborateurs est maintenant bien structurée. Deux entretiens sont obligatoires chaque année : l'entretien d'évaluation (en Janvier) et d'évolution (en Juin).

- › L'entretien d'évaluation permet de faire un bilan de l'année écoulée et d'évaluer la performance du collaborateur sur celle-ci, puis de fixer les objectifs de l'année à venir
- › L'entretien d'évolution permet de réserver un temps d'échange et d'expression entièrement dédié à l'évolution du collaborateur, ses souhaits de formation, ses désirs de mobilité.

Cette année, à la suite de la COVID, l'entretien d'évolution a été re-structuré pour permettre une revue des objectifs et surtout un échange plus informel sur la perception de cette situation exceptionnelle.

Pour fidéliser nos collaborateurs, nous avons également créé un programme BOOSTER en 2019. Celui-ci permet d'accompagner les collaborateurs à fort potentiel c'est-à-dire ceux qui sont considérés comme sur-performants, ayant envie de se développer rapidement et étant exemplaires dans leur savoir être. Identifiés au cours des entretiens individuels, 35 collaborateurs ont pu bénéficier du parcours proposé intégrant notamment un échange individuel RH et deux sessions de réflexion collectives sur les nouvelles tendances du monde du travail ainsi que sur les nouveaux enjeux personnels et professionnels.

### **Mobilité interne**

Depuis 2019, la mobilité interne est encore plus encouragée au travers notamment du « module recrutement » du SIRH TalentSoft. L'idée ? L'accessibilité à l'ensemble des postes disponibles en interne à tous les collaborateurs.

Pour encourager cette mobilité, nous avons rédigé un Guide de la mobilité disponible sur l'intranet. Les candidats internes peuvent ainsi exprimer leur souhait de mobilité lors de leur entretien d'évolution, et priorité sera donnée à ces candidats internes désireux d'exercer leurs talents au sein de nouvelles équipes.

En 2020, Nancy qui était hôtesse d'accueil depuis 2019 a émis son souhait de mobilité et est coordinatrice administrative au sein de l'Agence Hopscotch PR.

#### **Un succès de mobilité et d'intégration !**

La mobilité internationale s'est également développée grâce à l'intégration de Sopexa. Les collaborateurs reçoivent régulièrement les offres du réseau et la transversalité est encouragée.

### **2.3. Développer les compétences des collaborateurs (formation)**

Notre politique de formation vise à accompagner la montée en compétences de tous nos collaborateurs. Les 4 formations majeures chez Hopscotch ces 3 dernières années étaient :

- › **Le programme « Global PR Certificate »** : formation diplômante de niveau BAC + 5, permettant aux collaborateurs de devenir des experts en stratégie digitale, d'explorer toutes les facettes des Public relations, et de faire le lien entre le positionnement anglo-saxon et français. En 2020, la 2<sup>ème</sup> promotion pu avoir sa remise de diplôme.
- › **Le parcours du « Manager augmenté »** : deux nouvelles capsules sont venues enrichir le parcours initial entamé en 2017. Une capsule concernant « le courage managérial », et « Accompagner le Manager dans l'incertitude. Nous avons également un module interne portant sur « les bons réflexes du manager »
- › **« La gestion de la relation client »** : pendant ½ journée, les collaborateurs apprennent à gérer le temps et à prendre conscience de leurs ressources face aux situations stressantes.
- › **« La sensibilisation sur les propos et comportements sexistes, discriminants »** : pendant ½ journée, les collaborateurs bénéficient d'un rappel des textes réglementaires, participent à des mises en situation, et échangent les outils pertinents.

Plébiscitées par nos collaborateurs, ces formations contribuent avec succès à faire évoluer les parcours des collaborateurs et favorisent l'enrichissement de leurs compétences.

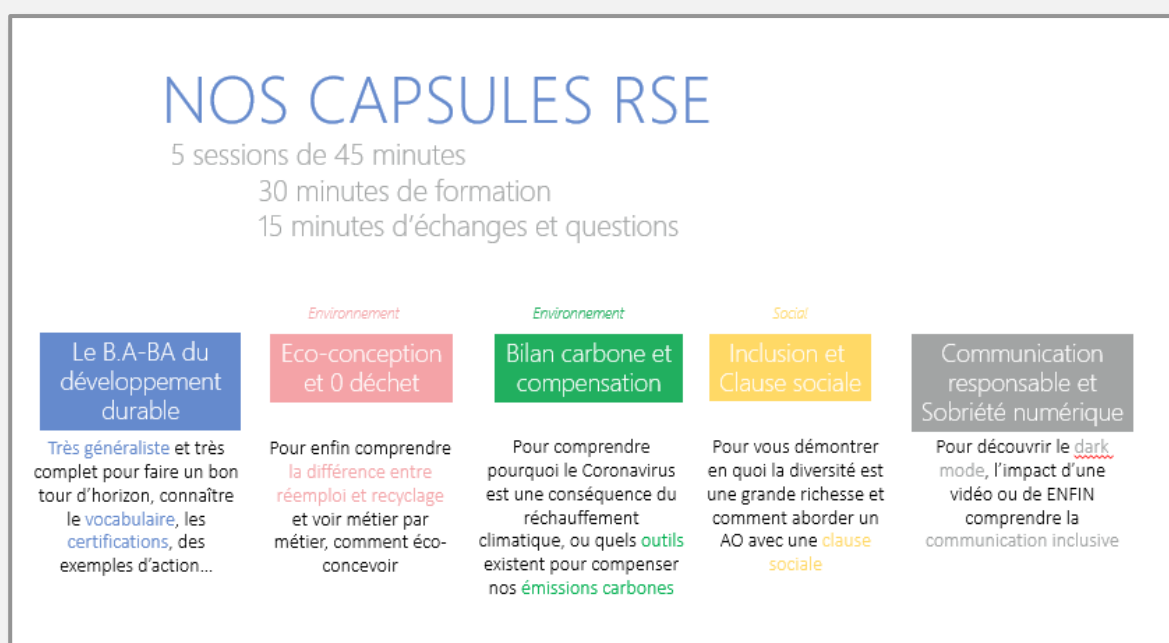
## Innovation

### Focus Capsules RSE

En 2020, la Direction Générale a demandé la formation de l'ensemble de ses équipes à la RSE. Ainsi, le service RSE a créé une série de 5 Capsules RSE pour former tous les collaborateurs au développement durable et à son application dans nos métiers quotidiens.

- › **Le B.A.-BA du développement durable**
- › **L'éco-conception et le Zéro déchet**
- › **Le bilan carbone et la compensation**
- › **La clause sociale et l'inclusion**
- › **La communication responsable et la sobriété numérique**

Ces formations se sont adaptées au confinement et ont été réalisées sur Teams, sous le format 30 minutes par jour pendant une semaine. Ces capsules ont rencontré un grand succès et 6 sessions ont été dispensées, d'abord pour le board (nos directeurs d'agences), puis leurs équipes, dans tous nos bureaux en France et à l'international (notamment avec Sopexa).



**En 2020, ce sont 271 collaborateurs qui ont bénéficié d'au moins une action de formation** contre 295 en 2019.

**Au total, 4 012 heures de formation ont été dispensées en 2020**, soit une certaine baisse par rapport à 2019 (8 781 heures), principalement liée au COVID et à l'activité partielle, mais également lié à une formation RSE dispensée de façon très condensée (5 modules de 30 minutes)

En 2020, la formation a évolué avec la COVID, principalement porté sur les procédures liées à notre Politique de protection des données (RGPD) et sur la gestion sécurisée de nos outils (primordiale en temps de télétravail) : des formations pratiques ont été dispensées par notre service juridique et notre service IT a inventé un nouveau format, le « Coffee it ».

**De quoi s'agit-il ?** Lors du confinement, l'idée était de mobiliser les équipes en télétravail à conserver leur vigilance face à la protection des données et la sécurisation des outils (tous les ordinateurs étant en dehors de l'agence). Ces formats réguliers et informels ont eu beaucoup de succès.

### **Se former pour innover chez nos équipes PR**

Côté PR, la formation est au cœur des priorités, particulièrement dans des métiers où les évolutions sont permanentes. Les collaborateurs d'Hopscotch PR ont pu bénéficier de **formation aux outils de social listening, notamment Talkwalker**. La maîtrise de ce type d'outil est indispensable pour avoir un meilleur accompagnement des clients et évaluer l'impact des campagnes menées.

Également pour être au fait de toutes les nouvelles tendances, **une séquence dite inspiration** a lieu chaque lundi en réunion de service. Elle permet de rencontrer un nouveau partenaire potentiel (Wibbitz, Elocance...) ou de découvrir des nouvelles fonctionnalités et solutions d'une media ou réseau social (LinkedIn...).

La formation entre pairs est aussi un axe fort du développement du groupe et de l'agence Hopscotch PR. Ces démarches permettent à chacun d'acquérir de nouvelles compétences en continu et de profiter de savoir-faire diversifiés de tous les profils qui l'entourent afin de favoriser son employabilité.

Nous avons installé des dynamiques de knowledge management pour former les consultants PR aux logiques du planning stratégique (détection d'insights, positionnements et plate-forme de marques, parcours clients) ; puis nous les avons initiés aux nouveaux outils créés par la cellule innovation pour identifier le capital relationnel des marques avec notre social MAP. A chaque session digitale de 4 heures, plusieurs dizaines de consultants étaient connectés et formés.

### **Renforcer les expertises chez Sopexa**

En 2020, les 220 collaborateurs de Sopexa (y compris alternants et stagiaires) à travers le monde ont bénéficié d'un programme de formations internes visant à développer leurs compétences métier, renforcer les expertises phares de Sopexa et fidéliser les talents. Quelques exemples :

- › **Comment développer une recommandation pertinente et gagnante ?** Q2/2020
- › **Gestion des contrats, formation RGPD** Q4/2020
- › **Formation de 75 commerciaux à Pipedrive** Q4/2020
- › 9 modules visant à développer les compétences des collaborateurs autour des **programmes 1144** (programmes de promotion co-financés par l'Union Européenne) Q3 et Q4/2020

## Innovation

### Intelligence collective – Strike

Dans le contexte du COVID et de l'annulation / du report de nombreuses campagnes de communication, il nous a semblé nécessaire d'accompagner les équipes dans la recherche et la création de nouvelles offres afin de pivoter et se réinventer pour trouver de nouveaux relais de croissance.



#### 6. Créer un télé-achat des produits

##### Créer un télé-achat de produits locaux

###### > Pour écouler facilement les stocks

> Et inciter à la consommation et crédibiliser la démarche

##### La proposition : un télé-achat culinaire

- Un plateau-télé depuis la maison ou en studio, animé par des ambassadeurs cuisine connus, permettant d'écouler la production des producteurs français en direct.
- Un ou plusieurs produits de saison mis à l'honneur.
- Pain point adressé : difficulté de sourcer des revendeurs de produits frais.
- Réassurance sur l'origine des produits.
- Ecouler régulièrement des stocks de saison
- Valorisation des producteurs (qui peuvent prendre la parole en duplex)

**Sopexa** - travaillant principalement sur des appels d'offres publics très réglementés – était particulièrement en demande de nouvelles méthodes de réflexion et de créativité. Nous avons donc associé l'équipe Intelligence Collective d'Hopscotch Groupe à celle de Sopexa France autour d'un atelier d'intelligence collective : le STRIKE.

L'atelier a eu lieu le 20 avril 2020 – en plein confinement – et a permis de définir une dizaine de concepts, immédiatement commercialisables :

De la même manière, Strike a permis à l'entité **Travel & Luxury Moments** d'ouvrir de nouvelles dynamiques. Habituellement spécialisée dans les voyages à l'étranger, il a fallu réinventer leur métier en transposant ses savoir-faire de service à des communautés dédiées au service des régions afin d'attirer de nouveaux publics. Lors de cette session, les équipes du Travel ont travaillé avec des collaborateurs issus de toutes les B.U. (innovation, digital, influence, PR, affaires publiques, RSE) pour inaugurer d'autres propositions éloignées de leurs métiers premiers.

## 2.4. Promouvoir la diversité comme une richesse

Signataire de la Charte de la Diversité en entreprises, Hopscotch GROUPE est engagé sur le terrain de la lutte contre les discriminations et entend développer une culture de la chance offerte à tous.

■ **En 2020, le Groupe emploie 64% de femmes à des postes d'encadrement.**

Le Groupe a poursuivi son action sur le champ du handicap en 2020.

### Semaine des diversités

En décembre 2019 nous avons organisé la Semaine des diversités où les RH ont déployé le volet 2 de leur campagne d'information et de sensibilisation à destination des collaborateurs internes, avec deux objectifs :

- › Collaborateurs, vous pouvez être en situation de handicap
- › Collaborateurs, vous pouvez embaucher des personnes en situation de handicap
- › Collaborateurs, vous pouvez faire appel à des prestataires Entreprises Adaptées

Pendant plusieurs jours, les collaborateurs ont pu participer à des animations ludiques sur le thème du handicap et ainsi renforcer leurs connaissances du sujet et un Hopcase a été organisé : 7 prestataires de l'inclusion sont venus présenter leurs activités aux chefs de projets événementiels et entamer des possibles collaborations.

A la suite de cette semaine de la diversité, plusieurs succès sont à mentionner :

- › Des collaborateurs ont pris contact avec les RH pour faire **reconnaître leur situation de handicap** grâce à l'accompagnement proposé par notre partenaire Edion
- › Nos équipes ont **fait appel à des sociétés de l'inclusion** (entreprises adaptées ou structures de l'IAE (Insertion par l'Activité Economique) pour des missions clients

En 2020 au sein d'Hopscotch Groupe, le taux de travailleurs en situation de handicap est de 0,91% (*versus* 0,49% en 2019).

En 2020, nous avons poursuivi ces actions de sensibilisation pour encourager nos collaborateurs à être plus inclusifs dans leurs missions.

La capsule de formation « Inclusion et Clause sociale » (dispensée durant nos semaines de formation RSE) explique par exemple la différence entre inclusion et intégration » ou guide nos collaborateurs en donnant des outils concrets et des noms d'entreprises adaptées, associations entreprises de l'ESS.

C'est quoi ?

**L'entreprise inclusive**



**L'INTEGRATION :**

C'est à la personne de  
S'ADAPTER à la société



**L'INCLUSION :**

Cultiver le MEILLEUR  
de chacun

## Partenariat Arpejeh

Hopscotch GROUPE a noué un partenariat avec l'association Arpejeh, qui accompagne les jeunes en situation de handicap pour les mener vers le monde du travail à travers notamment des stages et du mentorat. Hopscotch GROUPE est membre ce qui lui permet de faire appel aux bénéficiaires de l'association ; et nous intervenons également pour faire du mentorat ou des prises de parole. En 2020, l'équipe Travel a pu venir présenter son métier et conseiller ces jeunes qui pourront intégrer nos équipes ! Malheureusement, à cause de la Covid, des stages prévus n'ont pas pu être réalisés.



## Achats internes et inclusion

Concernant les achats internes, Hopscotch GROUPE a continué à faire appel à des établissements et services d'aide pour le travail (ESAT et Entreprises Adaptées) :

- › HOPSCOTCH GROUPE et HOPSCOTCH : à hauteur de 9 298,00 €
- › SAGARMATHA, à hauteur de 367,00 €
- › CONGRES à hauteur de 3 953€

Plus généralement, Hopscotch GROUPE essaie de faire appel dès que possible à un acteur inclusif pour tous nos achats internes, dès que cela est possible.

Les événements internes du groupe sont l'occasion de faire appel à des ESAT, notamment sur des prestations de traiteur. Les déjeuners de formation, petits déjeuners client, ou encore les déjeuners du Bocal (journée d'intégration) sont assurés par « Les Ateliers Gourmands », Mamie Foodie ou Baluchon.

Une vidéo en Motion design résumant notre politique RSE a également été réalisée par Séquences Clés, une Entreprise Adaptée.

## 2.5. Assurer la sécurité de tous les collaborateurs – La situation exceptionnelle de la COVID

### La sécurité sur nos événements

La sécurité est un enjeu important sur des métiers liés aux prestations de services : les équipes d'Hopscotch GROUPE sont en effet amenées à intervenir sur des montages parfois complexes, ce qui implique de respecter des règles strictes garantissant la sécurité de chacun sur les chantiers.

Les plans de prévention sur tous les événements sont appliqués de manière systématique.

### En 2020, aucun incident n'a été constaté sur nos événements.

En 2019, 10 collaborateurs ont été formés à des thématiques concernant la sécurité (évacuation guide-file et serre-file, SST, habilitation électrique, incendie et évacuation).

Afin de protéger nos collaborateurs en déplacement à l'étranger, un « guide du voyageur » a été créé en 2019, rappelant aux équipes qui travaillent en dehors de nos frontières les règles de rapatriement et les réflexes à adopter.

### COVID

En 2020, la gestion de la COVID nous a permis de renforcer nos procédures de sécurité sanitaire. Pour les quelques événements organisés, nous avons été formés aux règles par des organismes (Socotec) et nous avons dorénavant tout un protocole sanitaire pour nos équipes terrains (réfèrent Covid, signalétique renforcée, masques et gel hydroalcooliques, suivi des présences etc.)

Aujourd'hui, tous nos événements sont organisés en suivant ce protocole qui évolue grâce à une veille permanente de notre service juridique et de nos équipes de production. La sécurité sanitaire est prise très au sérieux par nos équipes et le strict suivi du protocole est assuré par le réfèrent COVID nommé pour chaque événement.

Nous avons également débuté un partenariat avec la SOCOTEC afin d'assurer à nos clients la rigoureuse gestion des règles sanitaires. Le lancement public de ce protocole se fera début 2021.

## La sécurité en interne pour nos collaborateurs

Assurer la sécurité sanitaire pour nos collaborateurs a été traité comme la plus grande priorité en 2020. A la suite de l'annonce du confinement, notre siège a été entièrement mis en conformité :

- › les protocoles sanitaires ont été mis à jour,
- › un référent Covid a été nommé
- › une très forte signalétique a été installée (ascenseurs limités à 2 personnes, sens de circulation, gestes barrières, aération etc.)
- › Les jauges des salles de réunions ont été limitées
- › Les repas ont été interdits dans les bureaux ou salles de réunion fermées mais uniquement possibles dans les espaces prévus à cet effet

Ces protocoles ont été diffusés à toutes les équipes par mail, et notre référent Covid a réalisé une vidéo pour faire découvrir ces nouvelles habitudes à prendre de façon plus ludique.

A leur retour dans nos locaux, les collaborateurs ont également pu trouver 4 masques en tissu fabriqués en France et du gel hydroalcoolique dans leurs casiers individuels.

Notre DUERP a été mis à jour ainsi que tous les protocoles sanitaires et nous suivons activement l'évolution de la situation pour toujours assurer une sécurité maximale.

## 2.6. Dialogue interne et bien-être des équipes en temps de COVID

### Accord QVT

*« C'est en commençant par nos propres liens que nous aurons des relations enrichissantes et source de créativité avec nos clients, que nous aurons plaisir à venir au quotidien dans nos locaux et à collaborer ensemble. ».*

Cette affirmation de principe et de valeur se retrouve au cœur de l'accord Qualité de vie au travail et au bien-être des salariés dans l'univers professionnel, conclu avec les partenaires sociaux en 2017. Cet accord recouvre :

- › La prévention des risques psycho-sociaux
- › Les modes de communication interne
- › La conciliation vie professionnelle et vie personnelle
- › Le bien vivre ensemble dans la sphère professionnelle
- › Le respect de la diversité dans le milieu professionnel

Cet accord se veut évolutif, pour adapter toujours au mieux les conditions de travail de nos salariés et assurer leur bien-être : à notre siège, comme chez eux.

En 2019, l'accord Qualité de Vie au Travail s'est enrichi à la suite d'une nouvelle négociation. D'un côté, le temps partiel a été intégré pour les forfaits jour afin de bénéficier de RTT malgré le temps partiel, Pour les Séniors, 5 ans avant l'âge légal de départ à la retraite, les salariés peuvent travailler à temps partiel tout en maintenant leurs cotisations à taux plein.

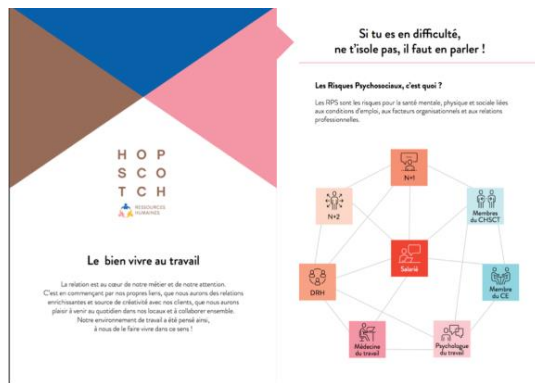
Le Télétravail a également été augmenté (hors COVID) et prévoit 6 jours/mois pour tous les collaborateurs et 8 pour les femmes enceintes et personnes en situation de handicap.

En 2020, la COVID a accéléré certaines décisions et un avenant a été signé avec les partenaires sociaux pour adapter nos règles à cette situation exceptionnelle :

- Systématisation du télétravail
- Agilité de nos process à distance (signature électronique etc.)



## Le livret « bien-vivre au travail »



## Le livret « Travail à distance »



### Bien-être au siège

Hopscotch GROUPE cherche à ce que ses salariés aient plaisir à venir à l'agence, nous faisons donc tout notre possible pour leur offrir des locaux agréables : espaces informels, grande agora pour les événements internes, cours et balcons extérieurs, salle de repos, de musique, de yoga ou douches pour les sportifs. La décoration a été réalisée lors d'ateliers d'équipes. Un bureau a également été adapté pour une personne en situation de handicap et l'équipe RH se fait accompagner par un ergonome pour concevoir des espaces de travail adaptés.

En 2020, la mascotte de Hopscotch GROUPE est devenue un jeune chien, accepté exceptionnellement dans nos locaux car étant en apprentissage pour devenir chien d'aveugle !

Dans un souci d'intégration et de transversalité croissante, les équipes du siège de Sopexa et de Sopexa France ont rejoint les locaux d'Hopscotch GROUPE en juillet 2020. Afin de faciliter l'acclimatation et la coopération des équipes, des Hopcases - séances de présentation – ont été régulièrement organisés. Par ailleurs, les équipes ont systématiquement été mélangées avec les autres agences du groupe pour créer un effet d'émulation et encourager les échanges.

### Enquête Great Place to Work – équipes PR

Hopscotch GROUPE a lancé en juin 2020 une enquête Great Place to Work auprès de l'équipe Hopscotch GROUPE PR : le but était de solliciter directement les collaborateurs pour faire le point sur la qualité de vie au travail, après un début d'année particulier, pour établir un état des lieux fidèle à la situation et d'arbitrer éventuellement sur des leviers à actionner.

Ainsi, 80 % des collaborateurs estiment que l'entreprise s'est bien adaptée à la période de confinement, 97% déclarant qu'elle avait mis à disposition les outils de travail à distance pour la réalisation de son activité. 80% des collaborateurs d'Hopscotch GROUPE PR considèrent que leur manager a été présent et à l'écoute pendant le confinement.

La confiance est également un item qui est favorablement ressorti dans cette enquête : 85% des répondants ayant estimé que son manager lui avait fait confiance pendant cette période. Enfin, cette enquête a révélé que les collaborateurs avaient retenu comme impacts positifs de cette période pour Hopscotch GROUPE : la solidarité, le développement du travail à distance et la confiance.

Pour l'avenir, ils souhaitent conserver le travail à distance, les échanges réguliers avec les managers et la direction du Groupe et les méthodes de travail collaboratif via Teams. Autant d'enseignements précieux sur lesquels la direction a travaillé par la suite pour les pérenniser.

### Communication interne

Le bien-être des salariés passe aussi par le renforcement du collectif.

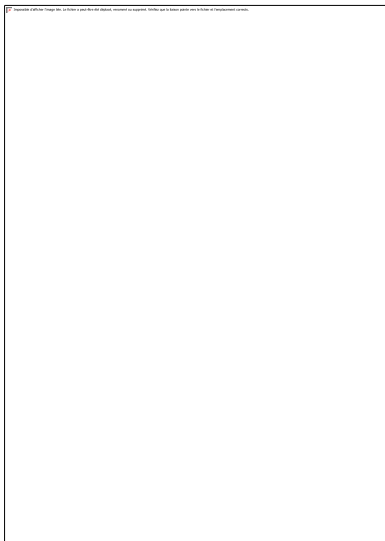
À ce titre, la communication interne du Groupe participe à l'animation et au dialogue interne. Depuis l'accueil des nouveaux collaborateurs et la remise d'un livret d'accueil, jusqu'aux réunions d'échanges fréquentes (les Hopcase), le dialogue actif est favorisé à tous les moments de la vie du collaborateur.

- › La journée d'intégration : le « Bocal », se déroulant sur 1 journée entière depuis avril 2019. Répartis par équipe, les nouveaux arrivants suivent un programme entre découverte des entités du groupe, jeux collectifs et rencontres avec les directeurs généraux de Hopscotch GROUPE. À l'issue de la session, les nouveaux collaborateurs sont invités à expérimenter l'intelligence collective au sein d'un « Str!ke » à propos d'un besoin d'innovation interne.

Depuis 2019, les sessions du Bocal sont également organisées pour l'intégration des stagiaires, sur un format d'une matinée.

**En 2020, 1 seule réunion « BOCAL » (contre les 4 habituelles) a été organisée à cause du COVID.**

### Les Hopcases



Les réunions Hopcase quant à elles ont pour objectif de présenter à l'ensemble des collaborateurs une sélection des réalisations du Groupe, une bonne pratique, un projet inspirant, un questionnaire sur un sujet de communication.

Depuis septembre 2019, les Hopcase sont tenus tous les mardis à 10h et connaissent un très grand succès. C'est un rendez-vous d'apprentissage informel attendu par toutes les équipes : Il renforce le sentiment d'appartenance au groupe, la collaboration entre agence et les connaissances d'autres métiers (digital, cinéma, communication interne, RSE...).

**En 2020, environ 40 réunions Hopcase ont été organisées en teams.**

### MOMENTS DE SOCIABILITE :

Le dialogue interne et la convivialité se sont fortement enrichis et structurés depuis quelques années :

- › **Création des « Blind Lunch »** permettant à des collaborateurs qui ne se connaissent pas de déjeuner ensemble, et ainsi de mieux connaître les autres fonctions et

directions du Groupe. En 2019, près de 14 déjeuners ont été organisés, et 170 personnes se sont rencontrées.

- › **Les séminaires d'équipes**, où chaque agence réunit chaque année leurs collaborateurs dans un cadre différent
- › **Les célébrations internes (nouvelle année, galette des rois, arrivées et départs...)** sont régulières et entretiennent cette ambiance chaleureuse et bienveillante dans notre agence
- › **Les soirées Hopscotch GROUPE**, organisées en hiver et en été, participent de cet esprit convivial et chaleureux. En 2019, plus de 100 anciens collaborateurs du Groupe ont participé à la fête du mois de juillet, dans un esprit « Alumni ».

*En 2020, malheureusement, ces moments d'échanges n'ont pour la plupart pas pu avoir lieu à cause du COVID.*

### Communication interne renforcée et digitalisée en temps de COVID

En 2020, toutes nos équipes se retrouvent isolées, chacun à son domicile. Conserver une communication interne efficace, garder le lien, éviter le sentiment d'isolement deviennent alors nos priorités.

Pour cela, de nombreux canaux ont été utilisés :

- › **Les Coffee Break** ont remplacé nos moments d'échanges informel. L'idée était de se réunir sur teams, en petit comité, pour simplement garder un lien, comme lors d'une pause café au bureau ! Ces coffee break comptaient toujours sur la présence de la direction générale.
- › **Notre direction générale a fortement tenu à maintenir le lien** avec les équipes en envoyant des mails très réguliers à tout le groupe pour tenir au courant des actualités d'Hopscotch GROUPE. Ils ont également organisé des prises de paroles officielles pour annoncer les résultats du groupe et répondre aux questions des collaborateurs.
- › **Les Hopcase** ont été conservés et ont été digitalisés ce qui a attiré encore plus de collaborateurs à se connecter, surtout dans nos équipes internationales !
- › Notre responsable de la communication interne a également organisé **une semaine dédiée à l'innovation et à l'influence de la Covid** sur nos métiers (*benchmark de l'événementiel en temps de Covid, ce que veulent nos clients, etc.*)
- › **Des séminaires virtuels** ont été organisés en remplacement des déplacements habituels

### Lutte contre l'isolement

La gestion du chômage partiel et de l'isolement ont également été des enjeux prioritaires : L'équipe RH a beaucoup communiqué, s'est tenue à disposition des collaborateurs et a organisé des sessions d'information sur le fonctionnement du chômage partiel ou la présentation d'un bulletin de paye simplifié pour accompagner les équipes dans cette situation inédite.

Lutter contre l'isolement a véritablement été un défi pour nos équipes et nos managers. Des échanges ont été proposés et des appels ont été passés à toutes les personnes étant au chômage partiel à 0% pour éviter l'isolement et recueillir leurs besoins. Grâce à toute la communication interne assurée nous avons pu prévenir les situations compliquées et prendre les mesures nécessaires pour prendre soin de nos équipes à distance.

A l'automne, les consignes sanitaires perdurant, il a été décidé d'actionner une cellule d'écoute psychologique (avec Pros-Consulte) afin de proposer une écoute aux salariés qui vivraient mal la situation. Il était possible d'appeler un numéro 7jrs/7 et 24h/24 ou de prendre rendez-vous avec un psychologue.

Un cycle d'accompagnement a été mis en place pour accompagner nos managers après l'annonce du PSE en octobre afin de les aider à gérer cette situation compliquée.

3 sessions sont prévues avec l'aide d'un intervenant externe formateur pour guider les managers à gérer l'impact de ce PSE.

- › « Comment manager après l'annonce d'un PSE (à distance) »
- › « Comment annoncer un départ »
- › « Comment remobiliser les équipes restantes »

Cet accompagnement a été plébiscité, d'autant plus au vu de cette période complexe.

Également, nous avons tenu à accompagner nos managers dans cette situation compliquée (Q&A, réunions d'échanges sur la gestion de ce nouveau fonctionnement).

## Innovation

Focus Innovation : Corona Cup chez Sagarmatha



La dynamique interne est un sujet fort chez Sagarmatha, le renforcement du collectif a pris la forme d'un grand concours interne mis en place dès le début du confinement en mars 2020 sous le nom de « CORONA CUP ».

Les membres des « Happy Committee » (équipe chargée de l'animation et du bien-être des collaborateurs à Lille, Lyon et Paris) se sont regroupés et ont animé durant 2 mois, des jeux et moments de partage à destination de l'ensemble des collaborateurs.

Des défis photos, blind test et quizz ont été proposés à tous 2 fois par semaine toujours dans un esprit collaboratif, le but étant de faire gagner son équipe, son bureau.

Chaque collaborateur était libre de participer ou non suivant son activité et son envie. Les retours ont été extrêmement

positifs, les créations originales et certains bureaux ont continué à faire vivre le challenge en interne. Cette parenthèse durant le confinement a permis la continuité du dialogue interne chez Sagarmatha hors du cadre purement professionnel, de garder le lien et à renforcer l'esprit d'équipe, une des valeurs fondatrices de Sagarmatha.

## **CSE**

Pour finir, notre CSE a également tenu un rôle primordial :

L'élection d'un nouveau CSE en novembre 2019 a montré une bonne participation. 12 titulaires et 11 suppléants ont été élus, soit 23 personnes au total.

Hopscotch Groupe a lancé un projet de PSE fin octobre 2020, portant en grande partie sur les activités événementielles. Une période de négociation avec les élus s'est enclenchée et s'est clôturée début janvier 2021 par la signature d'un accord.

La situation fut particulièrement douloureuse car il s'agissait du premier PSE du Groupe, ainsi, il y a eu une multiplication des réunions CSE. L'enjeu était que les équipes RH et les élus du CSE soient en contact permanent pour se tenir informés mais également

recueillir des informations liées aux équipes afin d'accompagner au plus proche chacun des collaborateurs.

### Devenir acteur de son mieux-être :

Afin d'éviter les situations de stress, d'isolement ou d'angoisse, notre CSE a organisé un parcours « Devenir acteur de son mieux-être » avec 3 modules :

- Une heure pour redevenir acteur de sa propre vie
- Boîte à outils de la gestion des émotions
- Gestion des émotions pour vivre mieux



## 2.7. Se renouveler grâce à l'intelligence collective : le HACKATON HOP.E



### HOP.E, Le « Hackaton » dédié au renouvellement du groupe

A la fin du 1<sup>er</sup> confinement, Le Groupe Hopscotch a mis en place un dispositif inédit d'intelligence collective et de démocratie participative : un hackathon hébergé sur la plateforme collaborative Beeshake rebaptisée « Hop(e) », pour réinventer nos métiers post-Covid.

Ce programme a été orchestré par la communication interne et le service innovation du Groupe.

Pour alimenter leur réflexion, un programme Teams de conférences d'inspiration a été initié sur des sujets tels que les RP, les tendances de l'événement ou les réseaux sociaux de demain, dispensé par les gens des différentes structures. Plus de 150 personnes se sont connectées à chaque intervention avec des retours extrêmement



positifs. Cette innovation sprint a duré deux semaines et c'est très précisément à ce moment-là que nous avons pu évaluer l'engagement dont les salariés étaient capables

**72 projets proposés,  
Plus de 180 collaborateurs du monde entier ont participé  
5 projets déjà vendus ou en production**

Certes, le groupe avait proposé des gratifications sous forme d'actions pour les finalistes, mais nous avons perçu que le moteur, c'était le caractère d'urgence, l'émulation, l'envie d'être entrepreneur, de pouvoir proposer en toute liberté des idées. Ainsi, les valeurs affichées sur le manifeste de l'agence, valeurs faites d'entrepreneuriat, de responsabilité, de solidarité et où l'intelligence collective se sont incarnées fortement au travers de ce temps fort.

3

## # RELIER LA PLANÈTE ET LES GÉNÉRATIONS FUTURES

### RESPONSABILITE ENVIRONNEMENTALE

Hopscotch GROUPE porte une ambition forte en matière de politique environnementale :

Mettre en œuvre ses engagements en matière de développement durable et d'éco-socio-conception sur l'ensemble de ses services et projets (notamment événementiels) mais aussi maîtriser l'impact environnemental lié à son fonctionnement interne et son siège.

Le groupe défend une vision cohérente de la responsabilité environnementale : sensibiliser ses collaborateurs et l'ensemble de ses parties-prenantes pour faire progresser la performance des actions de communication, et la transmission de valeurs précieuses pour la préservation de la planète.

#### Performance

- › Score ECOVADIS de l'item « Environnement » : **70 /100**
- › Score ECOVADIS de l'item « Achats responsables » : **60 / 100**

### 3.1. Eco-concevoir les événements et les campagnes

Hopscotch Groupe travaille depuis plus de 10 ans à l'écoconception de ses événements et campagnes, ce qui nous permet aujourd'hui de jouir d'une démarche de plus en plus mature.

L'éco-conception est un principe que nous appliquons à tous les niveaux d'un projet et dans tous nos métiers, de la conception à la réalisation : création, projet, scénographie, production. Nous formons toutes nos équipes afin qu'ils comprennent l'impact de nos métiers sur l'environnement et sachent comment le réduire.

Voici comment nous réduisons notre impact :

### 3.1.1. Gestion des déchets

Notre premier chantier aura été la gestion des déchets, l'un des enjeux majeurs de la filière événementielle. Nous avons mis en place un programme Zéro Déchet pour tous nos événements suivant le principe des 3R : Réduire, Réutiliser, Recycler.

#### › Réduire :

Pour cela, nous réinventons notre façon de concevoir nos événements. A la conception, nous repensons à l'utilité de chaque construction, badge ou moquette : que le visiteur va-t-il voir ? A-t-on une alternative ? En a-t-on vraiment besoin ? Toutes ces questions nous aident à réduire notre impact en nous concentrant sur ce qui est véritablement utile.

#### › Réutiliser :

Pour toutes nos opérations, si nous ne pouvons pas louer nos éléments, nous prévoyons de les donner à des associations grâce au partenariat avec Phenix. Nos produits les plus donnés sont le bois, le coton gratté, des bâches, ou des structures métalliques. Nous redistribuons également les surplus alimentaires à des associations à la fin des événements.

**En 2020, Hopscotch Groupe poursuit son engagement et renforce son Programme Zéro Déchet sur l'ensemble de ses opérations événementielles.**

**Malgré un nombre d'événements limités, nous avons tout de même pu donner 143m3 de scénographie à 7 associations d'Ile-de-France** (vs 527m3 en 2019, une forte baisse liée à l'interdiction de tenir des événements et le nombre d'événements digitaux organisés, qui produisent moins de déchets.)

#### › Recycler

Si nous n'avons pas réussi à réduire et réutiliser, nous prévoyons bien sur le recyclage des éléments de scénographie ou des déchets de l'exploitation. Cette année, une attention particulière a été portée aux déchets « cachés » : ceux de l'équipe organisatrice du montage au démontage.

### 3.1.2. Les autres enjeux principaux :



- › L'impact carbone
- › L'approvisionnement local (matériaux, goodies, traiteur)
- › Une offre traiteur responsable (labels, végétarien, commerce équitable)
- › Le déplacement de nos participants
- › L'éco-édition
- › La logistique optimisée
- › La pollution numérique

- › Les matériaux éco-responsables pour nos scénographies

Tous ces sujets sont en constante amélioration afin de toujours trouver la meilleure option qui conviendra à chacune des typologies d'événements que nous allons réaliser.

Notre équipe RSE travaille également à identifier ces meilleures pratiques et à les diffuser en interne à nos équipes (notamment grâce aux capsules). Une grande sensibilisation est également réalisée pour prévenir le greenwashing

### Création du Studio Hopscotch

Pour faire face au Covid et à l'interdiction de tenir des événements physiques, Hopscotch Groupe a su réagir et s'adapter rapidement. Hopscotch Event a ainsi créé une nouvelle offre « Digital by Hopscotch » mais également et surtout créé un studio en interne !

Dans notre sous-sol, nous avons ainsi aménagé un studio avec une régie complète afin de répondre aux besoins de nos clients de continuer à se réunir malgré la distance et le COVID. Ce studio intégré a été pensé dans le cadre de notre politique RSE : situé en plein centre de Paris et donc accessible en transports en commun ; et avec une régie entièrement louée (longue durée)

### Innovation

Focus Innovation : Heaven conçoit une communication digitale « green » pour Engie



**#BlackIsTheNewGreen**

Heaven, notre agence digitale, réalise en 2020 une campagne pour Engie afin d'alerter les publics sur l'impact du numérique.



La campagne sera pertinente à la fois sur le fond comme sur la forme :

- Des articles de sensibilisation expliquant l'impact du numérique
- Des posts sur les réseaux sociaux décrivant les bons gestes à avoir (passer en dark mode, limiter la qualité des vidéos, limiter son visionnage de vidéos...)
- Tout cela grâce à un site avec accès en dark mode et posts au fond noir pour allier le fond et la forme !

### Team Planet - Sagarmatha



Autre initiative menée en interne : la constitution d'une « **TEAM PLANET** », créée par Sagarmatha en 2017. Composée de 5 collaborateurs et d'un référent DG initialement, la team 2020 est passée à 7 collaborateurs, son travail sur 3 ans a déjà permis de :

- › Relancer la relation avec les prestataires locaux pour vérifier leur niveau d'engagement RSE et identifier de nouveaux partenaires responsables
- › Mettre à jour les contenus RSE dans les recommandations adressées aux clients
- › Organiser un « Knowledge Planet » sur le serveur commun, accessible à tous les collaborateurs internes
- › Engager la réflexion sur l'expérience collaborateur à travers le prisme « planet ».
- › Formaliser un processus de calcul et de compensation carbone
- › Développer les outils de pédagogie à destination des équipes notamment par le biais de fiches conseil mis à disposition de tous.

En 2020, plus particulièrement les actions suivantes ont été menées :

- › Organisation d'une grande réunion Planet au mois de juillet 2020 pour faire un point sur les nouveaux outils à dispositions des collaborateurs, des présentations de projets RSE et la sensibilisation globale de l'ensemble des collaborateurs aux bons réflexes RSE
- › Organisation d'un « moment planet » en octobre 2020 par bureau pour répondre aux questions des équipes et partager les bons réflexes et les questions à se poser pour un événement hybride ou 100% digital
- › Veille et recherche au sujet des masques et de leur recyclage et règles sanitaires sur toutes nos opérations
- › Réalisation des engagements pris lors du renouvellement de LUCIE (basée sur l'ISO 26 000) tels que la mise au niveau de l'agence de Lille sur nos actions RSE, étude et limitation de nos dépenses GES informatiques, formation et sensibilisation de nos collaborateurs, partenaires et clients...
- › Formation des collaborateurs aux process de la norme ISO 20121

### 3.1.3. Norme ISO 20121



Hopscotch Groupe est engagé depuis plus de 10 ans à l'éco-conception de ses événements. Ainsi, depuis 2011, nous avons certifié 12 événements ISO 20121 (Ou BS 8901, norme britannique ayant inspirée l'ISO 20121).



En 2020, nous certifions notre 13<sup>ème</sup> événement (La REF – Université d'été du Medef) puis nous décidons de faire certifier l'ensemble de nos activités événementielles (Hopscotch Event et Sagarmatha).

La norme ISO 20121–SYSTÈMES DE MANAGEMENT RESPONSABLE APPLIQUÉS À L'ACTIVITÉ ÉVÉNEMENTIELLE nous guide et apporte un cadre à notre démarche RSE. Celle-ci se trouve plus structurée, plus complète, et s'attache à mieux prendre en compte toutes nos parties prenantes.

Elle nous permet également d'être dans une démarche d'amélioration continue grâce à une procédure d'audits internes portant sur l'ensemble de nos actions.

### 3.1.4. Exemple concret : Eco-conception de l'événement EWAYS

En octobre 2020, nous organisons Eways : le lancement des véhicules électriques pour notre client Renault. Organisé en suivant les procédures de la Norme ISO 20121, l'événement sera conçu selon notre démarche d'éco-conception. Voici entre autres, les actions RSE mises en place sur cet événement.

#### RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE

1

Source d'énergie renouvelable : un groupe électrogène à l'huile de Colza



1

Navette électrique pour les transferts depuis le parking

#### ÉCO-CONCEVOIR ET ZÉRO DÉCHET

Distribution de gourdes et fontaines à eau

→ Objectif 0 bouteille plastique

0

Flyer/Programme

Signalétique limitée & réutilisable

90m<sup>3</sup>

de matériel sauvé de la poubelle et donné à des associations



#### ACCESSIBILITÉ

Traduction en direct  
4 langues

Sous-titrage sur le site internet

Accès PMR



#### IMPACT LOCAL

97%

De prestataires venant d'Ile-de-France



#### DIVERSITÉ ET INCLUSION

420H

de ménage réalisées par des personnes en réinsertion

**vitamine**  
Entreprise d'insertion

### 3.2. Impact carbone & expert agréé GCI

#### Impact carbone dans nos missions/événements

L'impact carbone a toujours été un enjeu prioritaire chez Hopscotch Groupe : le déplacement des visiteurs d'un événement est souvent responsable de plus de 70% des émissions de GES d'un événement.

Ainsi, nous proposons automatiquement à nos clients de calculer le bilan carbone de leur événement afin de mieux appréhender notre impact.



En 2020, nous renforçons notre engagement pour diminuer nos émissions de gaz à effet de serre en devenant Expert Agréé GCI (Global Climate Initiatives), un outil de calcul du bilan carbone

adaptable à tous types d'événements ou de missions de communication.

Il est primordial de rappeler que pour Hopscotch, le plus important est de baisser nos émissions de Gaz à Effet de Serre en amont, notamment grâce à l'éco-conception.

Par la suite, nous proposons à nos clients de compenser les émissions qui n'auraient pas pu être évitées dans des projets solidaires, notamment avec l'aide de GCI.

#### Impact carbone en interne

Nous travaillons évidemment à limiter également l'impact carbone en interne. Ainsi, nous avons emménagé en 2015 dans des locaux en plein centre de Paris, très accessible en transport en commun, installé un parc à vélo et une borne de rechargement pour les scooters électriques.



Nous avons également une Travel Policy où nous préconisons les transports en commun, le covoiturage et le train pour les trajets de moins de 500 km. Les exceptions sont à valider avec ses managers.

En 2020, La filiale Sagarmatha a opéré une compensation carbone des déplacements des collaborateurs sur la base des trajets aller-retour bureau et domicile auprès de l'entreprise Reforest'Action



### 3.3. Sensibiliser et former les parties-prenantes aux enjeux environnementaux

Le dialogue interne à l'entreprise et la formation sont les meilleures réponses pour intégrer les enjeux environnementaux aux pratiques quotidiennes des collaborateurs.

### 3.3.1. Sensibilisation des équipes à l'éco-conception de leurs événements

#### Capsules RSE

En 2020, une grande campagne de formation a été proposée à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, au niveau international : les Capsules RSE (focus p.19). L'une des 5 capsules portait entièrement sur l'éco-conception des événements et formait nos équipes :

- › Savoir repenser l'utilité de chaque élément pour supprimer le superflu
- › Check-list RSE par item (impression, signa, scénographie, traiteur, logistique...)
- › Exemples de prestataires sélectionnés pour leurs engagements RSE
- › Exemples et success story pour motiver les équipes

A la suite de ces capsules, un guide de l'éco-conception a été rédigé et mis à disposition des équipes et de nos freelances afin d'assurer l'application de nos grands principes RSE pour toutes les missions.

Grâce à notre fort engagement RSE déjà présent depuis les années 2000, les équipes font preuve d'une acculturation toujours plus grande à ces sujets, et l'appliquent avec conviction dans leurs missions.

#### Réutilisation et don de matériaux

Chez Hopscotch Groupe, dans le cadre de notre Programme Zéro Déchet, nous avons mis en place le don de la scénographie à des associations.

Ainsi, si nous avons été contraints de construire ou acheter des matériaux et mobilier, il est obligatoire pour nos équipes de prévoir la seconde vie de ces produits : le don à des associations.

Auparavant réalisé par notre partenaire Phenix, nous avons dorénavant intégré la démarche. Chaque collaborateur est ainsi formé au don grâce à un guide du don, et a accès à notre réseau associatif ouvert aux dons.



D'autres bonnes pratiques sont également transmises aux équipes de création. Début 2020, le service Performance Globale de Hopscotch a organisé une matinée de sensibilisation à l'éco-conception et à l'économie circulaire. Cet atelier fut suivi d'une visite à « La Réserve des Arts », une ressourcerie artistique qui stocke des matériaux de seconde main. L'objectif était de sensibiliser les équipes de création à une autre façon de concevoir des décors et des scénographies.

### 3.3.2. Sensibilisation de nos clients et prestataires

#### Auprès de ses clients

Enfin, le groupe Hopscotch est également soucieux de transmettre son engagement et ses bonnes pratiques auprès de ses parties prenantes.

Tout d'abord à ses clients : un panel a été interrogé lors du diagnostic de notre certification ISO 20121 pour donner leurs avis, leurs besoins et leurs enjeux RSE prioritaires qu'Hopscotch doit également respecter.

Nous les incluons dans nos démarches d'éco-conception, les sensibilisons et cherchons ensemble les meilleures options RSE pour leurs événements.

En fin de mission, nous leur adressons un bilan RSE, permettant de voir facilement les actions ayant été réalisées sur leurs événements. Cela permet de comprendre l'impact positif concret de nos actions RSE. Ce bilan est également un outil de sensibilisation et de communication interne (ou externe).

## BILAN RSE ENVIRONNEMENTAL



#### RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE

0 Climatisation en plein été	2 Navettes électriques pour les transferts depuis le métro
99,18 <sub>teq.CO2</sub> Bilan carbone de l'événement et compensation	

#### ÉCO-CONCEVOIR ET ZÉRO DÉCHET

Distribution de gourdes et fontaines à eau → Objectif 0 bouteille plastique	0 Moquette 0 Stands construits = structures Be matrix	40m3 de matériel sauvé de la poubelle et donné à 2 Associations
		43 kg de nourriture sauvée de la poubelle et donné à 2 Associations

#### ON FERA MIEUX LA PROCHAINE FOIS !

- Trop de signalétique « inutile » (Oriflammes...)
- Programme non éco-conçu
- Tri non adapté aux déchets de l'événement
- Traiteur : Peu de produits de saison/offre végétarienne
- Vaisselle jetable aux food trucks

#### Auprès de ses prestataires

Côté prestataire, nous avons une politique d'achats responsables qui souhaite assurer une collaboration avec des fournisseurs actifs et engagés en RSE (détail paragraphe 5.2). Nous les accompagnons et organisons par exemple des réunions communes pour réfléchir ensemble aux meilleures actions RSE réalistes.

Par exemple, suite à l'événement de l'Usine Extraordinaire pour lequel nous avons réalisé une grande opération de don matériel à des associations, le service Performance Globale d'Hopscotch (Achats et RSE) a réuni le 24 janvier 2019 l'ensemble des prestataires de décoration et de technique, afin de bien capitaliser sur les bonnes pratiques qui ont été mises en œuvre. Une réflexion s'est amorcée sur la généralisation du don des matériaux et l'éco-conception des événements. Un an après, les mêmes acteurs se sont réunis en janvier 2020 pour partager leurs bilans et poursuivre leur engagement : c'est dorénavant un rendez-vous annuel de recherche et développement.



### 3.3.3. FOCUS / les 12 Green-Flexs Sagarmatha

Depuis plusieurs années, les équipes de Sagarmatha sont sensibilisées aux principes du développement durable. C'est une philosophie interne, concrétisée et formalisée dans les éco-gestes, manifeste interne destiné à rappeler à tous les collaborateurs les gestes importants pour limiter son impact environnemental.

Soucieux de dialoguer avec toutes ses parties prenantes, Sagarmatha a décidé de partager ces principes auprès de ses clients.

Mis à jour tous les 3 ans, les Green-Flexs constituent un véritable guide pour l'éco-conception des projets et des événements. Les Green-Flexs couvrent l'organisation, la conception, la facilité d'accès des sites, l'existence de dispositifs de gestion de l'énergie, de l'eau, de tri sélectif, mobilier réutilisable ou recyclable, transport en commun, véhicules électriques, covoiturage...

En 2020, les équipes ont expérimenté les premiers Green-Flexs sur des événements digitaux en activant le mode sombre sur les plateformes de diffusion de streaming digitales ou en améliorant l'accessibilité des contenus tels que le sous-titrage dans la langue de l'orateur. Une mise à jour du guide est prévue courant 2021.

### 3.4. Maîtriser l'impact de notre siège

Présents dans les offres et produits à destination des clients de Hopscotch GROUPE, les enjeux environnementaux se retrouvent aussi dans la gestion de l'impact généré par l'activité et le fonctionnement de son siège social.

En 2020, Hopscotch GROUPE a poursuivi ses actions internes en faveur de l'économie circulaire.

D'importants efforts ont été déployés depuis plusieurs années pour réduire les quantités de déchets produits par les activités du siège, permettant ainsi d'économiser environ 20% d'achats sur l'année suivant la transition :

- › Rationalisation des achats de fournitures : stock centralisé et limité mis en place par notre coordinateur Mourad Berjeb
- › Gestion des retours de fournitures ou petits matériels non utilisés pendant les événements
- › Badges pour débloquent une impression, limitant ainsi les impressions « orphelines »
- › Fournitures labellisées (FSC, ecolabel, etc.) et café en grain
- › En 2018, le groupe supprime les gobelets jetables au siège : 150 000 gobelets en plastique jetés chaque année sont désormais remplacés par 17 850 gobelets en plastique réutilisables.

Fabriqués par la start-up Newcy, disposent d'une durée de vie d'environ 150 utilisations. Collectés dans des bacs dédiés, les gobelets sont ensuite récupérés et lavés par un ESAT, avant d'être redistribués dans les espaces d'Hopscotch GROUPE.



Par ailleurs, un tri sélectif rigoureux est organisé dans les locaux du siège depuis plusieurs années, en partenariat avec des éco-organismes :

- › PAPREC, pour les déchets papier, canettes et bouteilles plastiques
- › CONIBI, pour les consommables usagers des copieurs
- › VINCI, pour les ampoules et les néons du bâtiment
- › AP2R et ATS, pour les déchets industriels et volumineux

Deux nouvelles collectes ont été mises en place en 2018 :

- › La collecte des mégots, en partenariat avec MEGO
- › La collecte des gobelets, en partenariat avec NEWCY

**La quantité de déchets recyclés est à la hausse pour notre siège :**  
**23 001 kg de déchets ont été triés et recyclés en 2020, 31% de plus qu'en 2019,**  
chiffre en augmentation étant donné que nous avons réuni nos agences Heaven et Sopexa au sein de notre siège et sommes donc plus nombreux.

### **Innovation**

#### **Team DD**

#### **Team DD – Hopscotch GROUPE**

En 2018, le groupe Hopscotch GROUPE crée 3 Teams Développement Durable, afin d'engager ses équipes internes à la RSE :

- › La TEAM DD : pour sensibiliser les collaborateurs aux écogestes
- › La TEAM solidaire et social
- › La TEAM communication, pour valoriser la démarche RSE

Les teams se réunissent une fois par mois environ, et ont mené diverses actions à destination de l'interne :

- › Distribution de couverts en métal pour éviter les couverts jetables des repas pris à l'agence et mise en place de bornes de stockage des sacs en kraft pour réutilisation chaque jour
- › Sensibilisation au tri des déchets en interne
- › Réalisation d'une vidéo en Motion Design résumant la politique RSE de Hopscotch GROUPE
- › Kit de produits ménagers naturels DIY au Marché de Noël Réunissant des équipes pluridisciplinaires, les TEAM favorisent la transmission de valeurs RSE dans chacune des agences du Groupe

## **4**

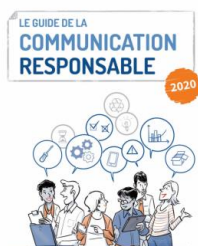
## **# CONNECTER TOUTES LES COMMUNAUTÉS**

### **Responsabilité sociétale**

Les actions du Groupe Hopscotch sont animées par une conviction : la communication est un levier essentiel de promotion des enjeux du développement durable et des solutions portées par tous les acteurs. Dans cet objectif, Hopscotch est soucieux d'organiser un dialogue avec l'ensemble de ses parties prenantes, et tout particulièrement au sein de la filière événementielle. La création d'événements propriétaires à vocation d'intérêt sociétal permet également d'organiser et de nourrir la rencontre entre tous les acteurs engagés dans une démarche responsable. Ouvert sur le monde, Hopscotch est soucieux de répondre aux grands défis engendrés par les transformations de notre société, et de soutenir les actions de solidarité

## 4.1. Animer un dialogue au sein de la filière

Convaincu qu'il faut réunir les forces vives du secteur pour faire bouger les lignes en matière de développement durable, le groupe Hopscotch s'est très tôt impliqué au sein de ses filières et syndicats professionnels sur la thématique RSE.



Dans cet esprit, Benoît Desveaux DG de Hopscotch, a fondé et animé divers collectifs ces dernières années : éco-événement de l'ANAE, Commission du développement durable de l'AACC, ou encore Commission du développement durable de Croissance Plus. Les travaux menés au sein de ces organismes ont notamment permis de créer des outils comme ADERE (Auto Diagnostic Environnement pour les Responsables d'Événements).

Il intervient également à l'adaptation d'un label RSE au SCRP et a participé à la rédaction du Guide de la Communication Responsable rédigé par l'ADEME.



Depuis 2017, Isabelle Luoni, Directrice du service Performance siège à la commission développement durable de l'UNIMEV et travaille plus particulièrement sur la question des déchets événementiels.

Hopscotch est par ailleurs régulièrement sollicité pour animer et participer à des actions de formation auprès des professionnels de l'événementiel : par exemple, à l'occasion du OUAÏ en août 2020 afin de présenter notre événement éco-conçu de la REF, ou lors du salon

Handiachat. Cet événement ayant été certifié ISO 20121, nous avons souhaité organiser une remise de certificat et une intervention sur le plateau TV de la REF afin de faire valoir cet exemple d'événement éco-responsable à tous les participants.

En 2020, la directrice juridique de Hopscotch Groupe a participé à l'élaboration d'un guide pratique RGPD à destination des métiers des relations publics pour le compte du Syndicat du Conseil en Relations Publics.

Depuis de nombreuses années, la filiale Sagarmatha et Hopscotch Event sont adhérents de l'association l'Événement qui en appelle à davantage de responsabilités des annonceurs vis-à-vis des procédures de référencement, des contrats cadre mais également de leur responsabilité sociale et environnementale.

Les engagements pris dans le cadre de l'Association :

- › Partages de bonnes pratiques, d'idées, de problématiques tous les jeudis matin avec les patrons d'agence membres de l'Événement,
- › Participation à des tables rondes et débats d'idées sur le métier et ses évolutions
- › Participation active à la rédaction du guide « agence - annonceur », l'Essentiel (guide pédagogique, qui a pour objectif de mettre en lumière la valeur ajoutée des agences à travers les spécificités, les engagements et les valeurs qui les animent, afin d'instaurer une relation durable)



- › Groupe de travail avec les Traiteurs Parisiens et Traiteurs de France afin de co-construire les prestations culinaires de demain, le service achat apportant sa contribution grâce à son expertise sur le sujet

Le jeudi 10 décembre au Carrousel du Louvre, Sylviane Girardo, Directrice Général Sagarmatha a pris la parole lors de l'événement « L'Event de l'Avent » sur la thématique « À quoi vont ressembler les événements de demain ? » en rebond du contexte 2020 et de l'actualité 2021 marquée par l'onde de choc de la pandémie de COVID-19.

Pour finir, lorsque le COVID nous a obligés à mettre à l'arrêt nos activités événementielles, notre président Frederic Bedin a été très actif au sein de l'UNIMEV afin de trouver des solutions pour notre profession.

## 4.2. Accompagner la Société, nos clients et nos prestataires dans leur transition

### 4.2.1. Innover et créer des offres dédiées aux besoins de nos clients

En 2018, l'exigence de transversalité et d'innovation s'est concrétisée avec la création de STRIKE, le « Lab Innovation » d'Hopscotch GROUPE. Sous la forme d'ateliers d'intelligence collective, STRIKE réunit des ambassadeurs issus de chaque direction et équipes du groupe, les STRIKERS, afin de partager les pratiques et d'enrichir les recommandations pour nos clients. L'idée est de se réunir pendant 4h afin de co-construire des stratégies de communication au moyen d'ateliers d'intelligence collective et de méthodologie agile inspirée de la culture start-up.

**Au total en 2020 ce sont près de 14 STRIKE** qui ont été menés pour le compte de clients externes dont plusieurs en digital pour s'adapter au contexte COVID. Ce chiffre est en baisse par rapport à 2019 où nous en avons organisé 23, lié bien évidemment au COVID et aux confinements.

### **Innovation** : Créer une offre post-covid pour accompagner nos clients



Les premiers retours de nos clients et de notre réseau nous ont indiqué que les situations de crise pouvaient amener à prendre des décisions stratégiques de manière verticale, que l'on sait déjà plus longues et coûteuses à mettre en œuvre.

Or, dans un contexte d'incertitude, le collectif a besoin d'être rassuré mais aussi de partager son expérience pour se réinventer et coconstruire des solutions pertinentes et durables.

Nous avons donc mis au point des Str!ke dédiés à la situation COVID pour permettre à nos clients d'entendre leurs équipes, de vérifier qu'elles sont dans les bonnes dispositions pour dépasser cette épreuve collective et préparer les virages stratégiques.

5 offres ont donc vu le jour :

- › **Str !ke Care et Str !ke Organize** pour remobiliser les équipes, recréer du bien-être et de l'adhésion à l'entreprise, se réaligner sur les enjeux de la BU ou de l'entreprise, mieux travailler ensemble, recréer du commun,
- › **Str !ke Vision** pour d'approfondir en collectif la Raison d'être et les engagements de l'entreprise,
- › **Str !ke Innovation** pour se reinventer, faire évoluer ses offres et co-concevoir de l'innovation
- › **Str !ke communication** pour aligner les équipes sur les bons messages.

Depuis la mise en place de cette offre, plusieurs clients ont exprimé le besoin de remobiliser leurs équipes dans un contexte où certaines d'entre elles ne se sont pas vues depuis plus d'un an

#### **4.2.2. Accompagner les nouveaux usages numériques et la protection de la réputation**

La gestion de l'image est au cœur des activités de Hopscotch GROUPE. En 2019, les offres du groupe se sont particulièrement attachées aux nouveaux enjeux de la communication digitale et de la réputation des entreprises, notamment sur les réseaux sociaux.

À ce titre, Hopscotch GROUPE développe son offre selon les axes suivants :

- › La veille online des parties-prenantes de l'entreprise pour détecter au plus tôt les sujets d'opinion sensibles,
- › Les cartographies d'opinion pour comprendre les jeux d'acteurs,
- › Les actions correctives : production de contenu, repositionnement éditorial ...

## Focus : Bodyguard

### Faire connaître la solution de Bodyguard en matière de protection de la réputation et de lutte contre le cyberharcèlement

Hopscotch PR accompagne Bodyguard depuis 2020. Créée en 2017, Bodyguard s'est fixé comme mission d'en finir avec la haine en ligne, pour un environnement digital toujours plus respectueux et bienveillant.

Emmenée par Charles Cohen, jeune entrepreneur de 25 ans, l'équipe Bodyguard a passé plus de trois ans à développer et perfectionner une solution technologique pour détecter les contenus nocifs en ligne. La solution Bodyguard de modération de texte ultra-performante aide les individus, les familles et les entreprises à se protéger des contenus toxiques, du cyberharcèlement et des discours de haine. Derrière Bodyguard se trouve une équipe dévouée et passionnée qui croient en la liberté d'expression, la possibilité de créer des contenus et de s'exprimer en ligne, sans crainte.

Hopscotch PR et Bodyguard se sont rencontrés à la faveur d'une conviction commune : le capital relationnel est pour les entreprises l'un de leurs assets les plus précieux. C'est pourquoi après avoir accompagné les particuliers, Bodyguard aide maintenant les entreprises et les médias à protéger leur réputation en garantissant des échanges numériques respectueux avec leurs audiences.

### 4.2.3. Structurer des grands projets sociétaux

Au-delà du soutien apporté à des causes solidaires, le groupe Hopscotch accompagne des grands projets sociétaux.

Un grand projet sociétal soutenu et accompagné par Hopscotch GROUPE : la transmission du goût et du bien manger pour contribuer à lutter contre les inégalités sociales et les exclusions en matière d'alimentation.

**LA SEMAINE DU GOÛT**  
DU 12 AU 18 OCTOBRE 2020



Initiée en 2016, la Fondation pour l'innovation et la transmission du goût, a vu le jour en février 2017. Créée par Hopscotch GROUPE et SOPEXA, la fondation oriente ses actions autour de 4 axes majeurs :

- › Soutenir des actions pédagogiques auprès des publics sensibles
- › Mettre en place des mesures prospectives en faveur de l'innovation sociétale
- › Produire des travaux et diffuser des messages auprès d'un large public
- › Soutenir des projets de recherche-action pluridisciplinaires en lien avec l'alimentation

### Accompagner la Communauté des entreprises à mission



Depuis novembre 2020, Hopscotch PR met à disposition de la Communauté des entreprises à mission du temps de consultants à titre gracieux pour les soutenir dans leurs initiatives PR. La Communauté des entreprises à mission est une association née de la conviction que les entreprises ont un rôle à jouer dans la résolution des défis sociaux et environnementaux du XXI<sup>e</sup> siècle. Ce collectif rassemble des entrepreneurs, des dirigeants, des chercheurs, des experts, des actionnaires et des salariés. Après quasiment deux ans d'existence, la Communauté des Entreprises à Mission s'engage dans un changement d'échelle pour encourager le déploiement de ce nouveau modèle d'entreprise, et la communication est l'un de leviers pour atteindre cet objectif.

## Les Universités Solidaires de la Communication

Depuis plusieurs années, Hopscotch GROUPE a établi un partenariat avec l'ISCOM (Ecole Supérieure de Communication et de Publicité) afin d'accompagner et former des TPE/PME aux bases de la communication dans le cadre des Universités Solidaires de la Communication.

L'objectif est de pouvoir fournir aux dirigeants et fondateurs de ces entreprises des techniques de base pour développer leur notoriété et leur business. Au travers d'une partie théorique (connaissance des médias et influenceurs, les outils presse, les techniques de base de l'interview) et d'ateliers pratiques adaptés à leurs problématiques, les participants acquièrent rapidement quelques notions pour lancer leur campagne de communication à l'échelle de leurs moyens.

Au regard de cet échange, l'ISCOM favorise la candidature de ses étudiants pour des stages au sein de Hopscotch GROUPE.

## Mettre nos compétences pour amplifier les projets sociétaux de nos clients



Lancée le 15 mars avec un concert en Live de Jean-Louis Aubert sur sa page Facebook, l'initiative #ensembleàlamaison a permis aux Français de découvrir et prendre part à des activités culturelles, ludiques, éducatives et sportives en Live sur Facebook et Instagram. Ainsi, de nombreux artistes et créateurs de contenus ont pu maintenir le lien avec leur communauté pendant le confinement. Durant les deux mois de confinement, plus de

5700 publications ont été réalisées sur Facebook dans le cadre du programme #ensembleàlamaison et ont ainsi généré plus de 13 millions d'interactions sur la plateforme.

### 4.3. Accompagner les partenaires et les fournisseurs dans leur démarche de progrès (achats responsables)

Un travail de fond est réalisé depuis plusieurs années par le service achats du groupe, auprès des fournisseurs et partenaires.

En effet, la démarche de sélection et d'évaluation des prestataires d'Hopscotch GROUPE est effectuée dans l'optique d'accompagner une démarche de progrès et d'amélioration.

De manière générale, l'objectif poursuivi par le service Performance d'Hopscotch GROUPE réside dans la montée en compétences de ses fournisseurs sur les questions RSE. Pour commencer, nous avons inséré une clause environnementale dans les contrats de matériaux.

Chaque réunion avec les fournisseurs comporte en outre un point RSE, pour lequel le service Performance d'Hopscotch GROUPE exerce un rôle d'accompagnement et de conseil. Comme nous l'avons présenté à plusieurs reprises, Hopscotch GROUPE organise durant l'année des ateliers par secteur pour partager avec tous les prestataires sur les avancées en matière de RSE, les éventuels points de blocage et co-construire ensemble la feuille de route.

En 2020 et pour renforcer l'application de la politique sociale du Groupe, le service Achats a intégré une clause sociale dans son contrat de collaboration avec ses partenaires. Pour obtenir des résultats concluants, la démarche sociale et ses enjeux

ont été présentés lors de toutes les supplier review. Depuis, la classification PRESTATAIRE HANDICAP et PRESTATAIRE ESS a été intégrée dans notre outil ODOO afin de suivre le volume d'achats auprès des entreprises issues de ces marchés.

### **La co-construction avec ses prestataires n'a pas été ralentie par le COVID :**

Pour la 2ème année consécutive, Hopscotch GROUPE a reçu le 6 février dernier ses partenaires de construction/décoration pour faire un point d'avancement sur la démarche Zéro déchet, partager les succès et tenter de trouver des solutions tous ensemble sur les points d'amélioration.

**En 2020, 10 commandes ont été passées à des fournisseurs liés au handicap (ESAT ou EA).**

Enfin, pour répondre à tous les enjeux économiques, sociaux et environnementaux, le service Achats a reformalisé les attendus prestataires par le biais de construction de tableau avec des cahiers de charges et kpi plus précis. Ainsi, les prestataires ont connaissance de manière détaillée des objectifs de notre Groupe et peuvent présenter leurs actions et solutions pour les atteindre. Ces tableaux sont qualifiés à plusieurs reprises dans le temps.

### **Alimentation Responsable, équitable et durable**

Nous participons également à des groupes de travail avec nos Traiteurs référencés afin de promouvoir une alimentation responsable. Nous essayons de promouvoir des produits responsables sur nos événements et demandons : de réduire les options avec de la viande de bœuf, de privilégier les produits labellisés (Label Rouge, MSC...), de chercher des circuits courts pour les fruits et légumes ou les jus notamment, et des produits issus du commerce équitable pour le café, thé et chocolat.

## **4.4. Rendre les actions de communication accessibles à tous les publics**

Hopscotch GROUPE défend une vision ambitieuse et responsable de l'accessibilité.

Bien souvent dans les métiers de la communication et de l'événementiel, l'accessibilité est réduite à la seule mise aux normes des structures d'accueil, de stationnement, ou de circulation au sein des espaces, notamment pour les PMR.

Dès la conception de ses offres, Hopscotch GROUPE envisage de produire des campagnes et des événements inclusifs. À destination des publics en situation de handicap, mais aussi vers les publics les plus éloignés des actions de communication. Dans le cadre de son accompagnement auprès de Pôle emploi, Hopscotch GROUPE a ainsi décliné un grand nombre de messages et de publications en « Français pour Tous », afin d'adresser et d'inclure les publics éloignés du Français, du langage juridique, ou peu familiarisés avec les démarches administratives.

Cette vision de l'accessibilité universelle participe d'une communication d'intérêt général, améliorant à terme la qualité de tous les messages, et faisant progresser les standards de communication vers une plus grande efficacité.

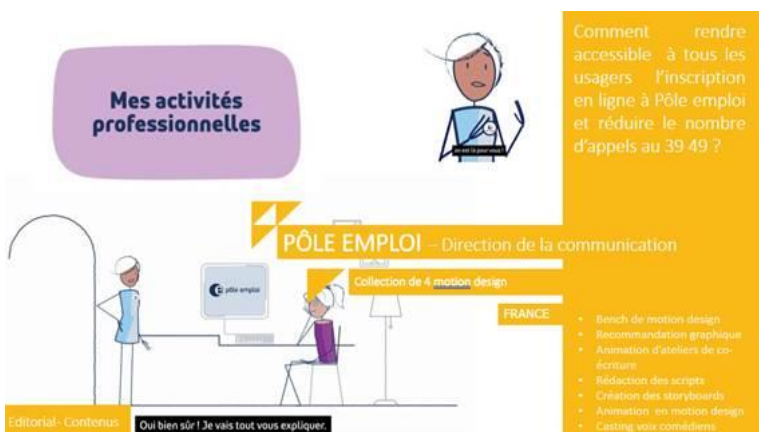
### **Hopscotch PR x Heaven x Microsoft**

Fin 2020, Hopscotch PR et Heaven ont accompagné Microsoft France dans la création de son nouveau site institutionnel AMBITIONS, reflet de sa mission : donner à chaque individu et organisation les moyens de réaliser ses ambitions. Vitrine des valeurs de l'entreprise, et de ses engagements en matière d'ouverture, de business modèle, ou

d'innovation responsable, durable et inclusive, cette plateforme de contenus a également été pensée comme une galerie de portraits illustratifs de l'impact de la technologie dans nos vies.

Ce projet imaginé et co-construit avec notre partenaire Microsoft a constitué l'opportunité de travailler sur une approche globale, contenus et digital, incarnant de manière singulière le capital relationnel de Microsoft en France. Ce site démontre la capacité du Groupe Hopscotch à accompagner un client sur un projet ambitieux, de manière créative, en maîtrisant les codes d'accessibilité incontournables pour un client de cette envergure.

## Hopscotch PR x Pole Emploi



Hopscotch PR a réalisé pour la direction de la communication de Pôle emploi une collection de 4 vidéos en motion design.

L'objectif : faciliter l'inscription en ligne à Pôle emploi pour tous les usagers, grâce à des supports clairs et didactiques, aisément compréhensibles par le plus grand nombre.

L'accessibilité des vidéos réalisées passe par un graphisme épuré, une approche pédagogique détaillée étape par étape, une écriture en « français pour tous », et bien entendu le sous-titrage et la voix off.

## 4.5. Soutenir des causes et des actions solidaires

Depuis sa création, le Groupe Hopscotch soutient différentes structures œuvrant dans le domaine social ou la protection de l'environnement.

### Nos quartiers ont du talent

Plus de 10 ans de partenariat entre NQT et Sagarmatha : l'objectif est d'accompagner des filleuls/lles dans leur recherche d'emploi et insertion dans le monde du travail. La solidarité, une valeur forte dans la filiale Sagarmatha, s'exprime avec beaucoup de passion dans ce partenariat.

NQT est une association En 2020, un atelier a été organisé le 14 décembre dernier, depuis les bureaux de Sagarmatha Lille sur les bonnes pratiques dans la recherche d'un emploi et également sur l'angle d'attaque de son projet professionnel (Elevator Pitch).

Un format en visio de 2h d'échanges avec un référent Directeur Général Sagarmatha, 3 collaborateurs impliqués du bureau de Lille et, 10 talents NQT connectés.

**En 2020, près de 76 454 euros ont été affectés aux causes solidaires, sous la forme de financements directs ou de mécénat de compétences** (vs 205 043 en 2019, chiffre en forte baisse car le Groupe a dû faire face à une baisse de l'activité liée au COVID et à l'interdiction de réaliser des événements : nous avons donc dû réduire nos coûts le plus possible).





En 2019, Sagarmatha a mis en place un mécénat de compétences avec l'association REVES, pour l'organisation de leur 25<sup>ème</sup> anniversaire. Dans cet objectif, une équipe Sagarmatha transverse Lyon-Paris-Lille a été mise en place dès le mois d'octobre 2018.

Tout au long de l'année, le Groupe Hopscotch a soutenu un grand nombre d'actions de solidarité. Sa participation en mai 2019 à l'opération « Je marche pour les Apprentis d'Auteuil » a mobilisé plusieurs équipes du siège.

### Soutien des communautés locales et de nos partenaires :



Festival du Rire : en 2020, Sopexa a contribué à créer le premier Festival du Rire en Belgique dans l'objectif de soutenir des jeunes humoristes belges qui n'avaient

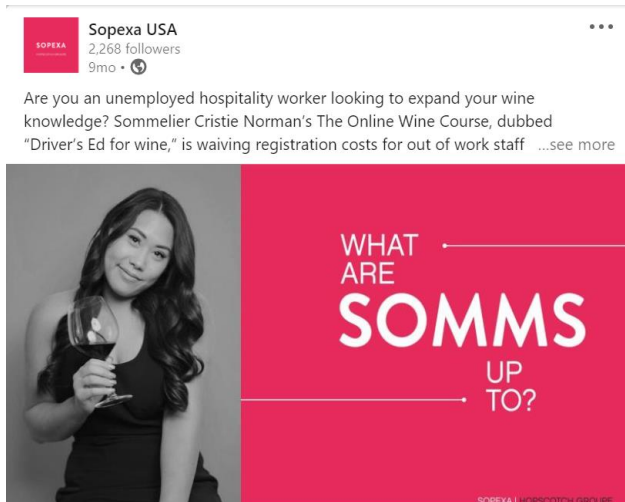


plus de scène suite au lock down du secteur culturel. Sopexa Belgique a mobilisé deux de ses

clients phares –Pineau des Charentes et Comté - qui ont ainsi soutenu ce festival.

Ce dernier s'est tenu durant tout l'été, tous les vendredis et samedis, avec l'accord du gouvernement, et ainsi procuré une scène à des artistes belges francophones connus et moins connus. Au final, cet événement a été le seul autorisé pour un public important (5000 au total) tout en respectant les normes sanitaires (tout était organisé à l'extérieur). Une nouvelle édition aura lieu en 2021.

## Soutien aux sommeliers américains - Sopexa



Pour soutenir les sommeliers américains frappés de plein fouet par la fermeture des restaurants et autres bars à vin, Sopexa USA a lancé une offensive de communication sur LinkedIn.

L'objectif était de leur offrir – pendant toute la durée du confinement – une visibilité sur nos réseaux sociaux et ce, afin de développer leurs opportunités professionnelles.

### Innovation

#### Marché de Noël en temps de COVID

Chaque année, Hopscotch GROUPE organise un « Marché de Noël solidaire ». L'idée est de fabriquer par équipe des petits objets (upcycler des pots de verre en bougies, sacs à vrac ou guirlandes lumineuses avec des balles de ping-pong d'un événement passé), ce qui offre déjà un moment convivial en équipe.

Pendant 2 jours, des stands sont tenus par chaque équipe à l'image d'un marché et tous les collaborateurs sont invités à acheter des cadeaux et l'argent récolté sera reversé à l'association « Le Rire Médecin ».

Cette année, ne pouvant pas faire le marché solidaire en physique, nous avons monté une plateforme sur internet pour permettre aux collaborateurs d'acheter les objets qu'ils souhaitaient, et maintenir cette opération solidaire !



## 4.6. Focus Innovation - All Wr !te

### All Wr !te – Former à la relation

La relation et le capital relationnel sont au cœur du positionnement de Hopscotch GROUPE. En Octobre 2019, le groupe engage une démarche en collectif sur l'expression de sa raison d'être : la cellule Str!ke d'innovation et d'intelligence collective propose le projet ALL WRITE.

C'est un livre à écrire avec la participation de tous ; son thème : la relation à l'ère du digital. Prendre soin de nos relations dans nos communautés est au cœur du projet de l'agence.

Rapidement le contexte COVID transforme l'intitulé en « La relation à l'ère COVID et POST COVID ». Dans ce livre, 39 collaborateurs de tous les postes y donnent leur vision de la manière dont une marque ou une organisation doit créer, nourrir ses relations avec ses communautés et se mettre à leur service ; on y pose les bases de ce que représente le capital relationnel pour les entreprises et de la manière de l'identifier, de le faire grandir, de le fructifier et de l'évaluer. Ce capital relationnel, bien connu des entreprises de l'ESS est fondateur dans un contexte de transition où l'entreprise est sollicitée sur sa capacité à contribuer à son écosystème.

Le projet ALL WRITE représente l'incarnation du WHY de l'agence ; il délivre aussi du savoir-faire et des outils méthodologiques. Il a pour objectif de sensibiliser les parties prenantes de l'univers de la communication à la démarche spécifique de Hopscotch GROUPE et aussi de former les collaborateurs et les étudiants à cette nouvelle façon écosystémique d'adresser la communication. Il devrait sortir en librairies pour septembre 2021.

## 5

## # ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX

### 5.1. Éthique et lutte contre la corruption au sein du Groupe Hopscotch

En 2019, la direction des ressources humaines et la direction juridique du groupe Hopscotch ont déployé 4 dispositifs, en conformité avec la Loi Sapin II.

- › Le comité éthique recueille et traite les alertes qui lui sont signalées. Il est composé d'un membre du directoire, de la directrice des ressources humaines, de la directrice juridique et de la directrice de la Performance Globale.
- › Le code de conduite : organisé autour de 6 thématiques
- › Dons à des organisations caritatives et/ou politiques
- › Cadeaux et invitations
- › Trafic d'influence
- › Corruption active et passive
- › Mécénat, sponsoring
- › Paiement de facilitation
- › La procédure d'alerte
- › La politique cadeaux : afin d'encadrer les pratiques et de réduire le risque de corruption ou trafic d'influence.

Le code de conduite est mis à disposition sur le site internet du groupe Hopscotch.

**■ En 2020, le comité éthique n'a recueilli aucune alerte.**

### 5.2. Le respect des droits de l'homme

Nous sommes membres du Global compact et signataire des 10 principes de l'ONU depuis 2009. Ces engagements attestent notre respect des Droits de l'Homme, Normes internationales du Travail, l'Environnement et la Lutte contre la corruption. La lutte contre l'évasion fiscale

Hopscotch GROUPE est signataire de la Charte de la Diversité, dont les dispositions ont été intégrées au sein du dernier accord « Qualité de vie au travail ».

Par ailleurs, et au titre de ses activités de communication, le groupe Hopscotch est une entreprise attentive au respect de la liberté d'expression. Il encourage la pluralité des opinions et des idées dans le cadre de son accompagnement auprès de clients externes.

La sensibilité de Hopscotch GROUPE au respect des droits de l'homme se traduit également en interne par l'encouragement d'un esprit critique et de méthodes collaboratives.

### 5.3. La lutte contre l'évasion fiscale

Le groupe Hopscotch est une entreprise basée en France, qui répond à toutes les obligations légales en vigueur. Sa structure financière est saine et stable.

Les instances de gouvernance du Groupe sont vigilantes et attentives au respect de la réglementation notamment française et européenne en matière de fiscalité.

### 5.4. Le respect du bien-être animal

Le bien-être animal n'est pas une thématique applicable aux activités de Hopscotch GROUPE.

Le groupe Hopscotch déploie des actions de promotion pour une meilleure alimentation, et pour lutter contre la précarité alimentaire. Si le respect du bien-être animal ne figure pas en tant que tel dans les objectifs de la « Fondation pour l'innovation et la transmission du goût », il participe néanmoins à une meilleure qualité de l'alimentation.

### 5.5. La sécurité des données personnelles

En vertu de la réglementation européenne « RGPD », le groupe Hopscotch met en œuvre les principes de la protection des données personnelles. Cette mise en œuvre intervient dans le cadre de ses activités de prospection, et d'accompagnement de ses clients mais aussi en interne, à destination de ses collaborateurs.

Afin d'assurer la bonne application de cette réglementation, des formations régulières sont assurées pour les équipes par le service juridique, et un Guide réalisé par la SCRP (avec la participation de notre Directrice Juridique) a été notamment diffusé aux équipes PR.

■ En 2020, 47 salariés ont été formés à la RGPD.

## 6

## # MÉTHODOLOGIE

### 6.1. Avant-propos

Le présent rapport a été réalisé selon les indications des articles L.225-102-1, R.225-105 et R.225-105-1 du Code du Commerce portant sur les indicateurs extra-financiers de l'entreprise.

La présente déclaration porte sur la période du 1er janvier 2020 au 31 décembre 2020.

La responsabilité générale du reporting RSE incombe au Chargé de RSE désigné au moment de la réalisation du rapport. Celui-ci s'appuie sur les différents services concernés et consolide les données des entités au niveau Groupe.

L'organigramme du Groupe est disponible auprès de la Direction Juridique et est publié dans la rubrique « Organigramme » du Document Universel d'Enregistrement; il sert de base au périmètre du reporting (cf. infra).

## 6.2. Définition du périmètre

- › Le périmètre du reporting concerne l'ensemble des données sociales, sociétales et environnementales telles que précisées par les articles L.225-102-1, R.225-105 et R.225-105-1 du code du commerce, ainsi que d'autres indicateurs pertinents par rapport à l'activité de Hopscotch GROUPE et en cohérence avec la politique RSE du Groupe.

En 2020, Sopexa a été intégralement pris en compte dans ce rapport, comptabilisant ainsi en plus 197 salariés (dont 42 en France).

L'ensemble des entités du Groupe est pris en compte exception faite :

- › des entités situées à l'étranger (seule la masse salariale inclut les entités situées à l'étranger) : HOPSCOTCH Europe et HOPSCOTCH Africa Casablanca soit 3,7% des effectifs totaux
- › Le périmètre est basé sur le dernier organigramme en date, au 31/12 de l'année N, fourni par la Direction juridique et inclus dans la rubrique « Organigramme » du Document Universel d'Enregistrement.

## 6.3. Organisation du reporting

### 6.3.1. Période et fréquence

Le reporting est réalisé une fois par an, dans le courant du mois de mars de l'année n pour l'exercice n-1.

### 6.3.2. Planning

Date	Qui	Quoi	A qui
Mi-février	Chargé RSE ou Responsable Administratif et Financier Groupe	Envoi tableau des indicateurs aux entités hors siège social	Référents reporting par entité hors siège social
Fin février	Référents reporting par entité hors siège social	Envoi tableau des indicateurs entités renseigné	Chargé RSE ou Responsable Administratif et Financier Groupe
Mi-février à première semaine de mars	Chargé RSE	Récupération des différentes données individuelles auprès des contacts siège social	Référents reporting par entité siège social + référents métiers
Première quinzaine de mars	Chargé RSE	Consolidation des différentes données récupérées et rédaction du rapport RSE	
Fin-mars	Direction Générale	Relecture Rapport RSE et modifications pour validation	-
Mi-avril	Chargé RSE	Remise du rapport RSE par l'organisme tiers certificateur	-



## 6.4. Contrôles internes et externes

Les différents contributeurs effectuent eux-mêmes un premier niveau de contrôle avant remise de leur(s) fichier(s) de suivi au Chargé RSE.

Un second niveau de contrôle est effectué par le/la Chargé RSE qui réalise des contrôles de cohérence entre les données n et les données n-1.

Le cas échéant, le/la Chargé RSE peut être amené(e) à demander des pièces justificatives.

## 6.5. Définition des indicateurs

« Les contrats à durée déterminée d'usage sont exclus dans les données « mouvements » c'est-à-dire les embauches et les départs. Ces contrats, spécifiques à l'activité d'Hopscotch GROUPE, concernent l'embauche de collaborateurs sur des durées ponctuelles, directement liée à un surcroît d'activité non prévisible lié à la signature d'un contrat pour un client.

L'exclusion se justifie par une impossibilité technique pour l'entreprise de suivre les données relatives aux contrats à durée déterminée d'usage de façon fiable compte tenu des outils actuels, néanmoins, Hopscotch GROUPE s'engage sur un délai raisonnable de trois ans pour mettre en place des actions pour collecter et publier ces données sur les prochains exercices. »

**Nombre de cas contaminés chez Hopscotch.** Nombre de personnes déclarées positives sur nos événements ou au siège, chiffre suivi par le département RH. *Périmètre : France – tous contrats confondus (CDI, CDD, contrats de professionnalisation, apprentis, stagiaires).*

**Quantité de matériaux donnés à des associations (en m3)** : Quantité de matériaux de nos événements effectivement donnés à des associations, chiffre consolidé par l'équipe RSE et Production. *Périmètre : France.*

**Nombre d'incidents sur les événements** : Nombre d'accidents relevés sur nos événements pour nos équipes internes et free-lances, chiffre consolidé par le département RH, la production et notre responsable des free-lances. *Périmètre : France.*

**Nombre de commandes passées à des fournisseurs liés au handicap (EA et ESAT).** Notre outil de gestion de commandes interne contient une option à cocher par chaque acheteur « EA ou ESAT » : une extraction nous permet de connaître le nombre de commandes passés à ces fournisseurs, chiffre suivi par le département Achats. *Périmètre : France.*

**Taux de travailleurs handicapés.** Chiffre suivi par le département RH grâce aux salariés présentant leurs RQTH. *Périmètre : France – CDD & CDI*

**Taux de femmes managers.** Comptabilise toutes les femmes ayant un rôle de manager (au moins une personne sous leur responsabilité). Chiffre suivi par le département RH dans son document unique. *Périmètre : France – CDD & CDI*

**Nombre de personnes recrutées en 2020.** Comptabilise toutes les personnes recrutées sous forme de CDD ou CDI dans l'année, chiffre suivi par le département RH dans son document unique. *Périmètre : Monde – CDD & CDI*

**Nombre d'heures de formations suivies.** Correspond au nombre d'heures de formation suivies par l'ensemble des équipes, chiffre suivi par le département RH selon les feuilles de présence des formations. *Périmètre : France – tous contrats confondus*



**Nombre de salariés formés.** Correspond au nombre de salariés ayant reçu au moins une session de formation dans l'année, chiffre suivi par le département RH selon les feuilles de présences des formations. *Périmètre : France – tous contrats confondus*

**Nombre d'alertes reçues.** Notre comité éthique peut recevoir par différents moyens des alertes de la part des salariés pour identifier des situations à risque (par mail, par oral, remonté par leur manager, etc.). Une adresse mail a été créée pour cela, consultable uniquement par le comité éthique. Chaque année, le comité se réunit afin de gérer ces alertes. *Périmètre : France – tous contrats confondus*

**Montant total des dons et mécénats aux associations.** Notre contrôle de gestion suit ce chiffre renseigné par chaque agence réalisant ces dons/mécénats. Le montant n'est pris en compte dans l'indicateur qu'à la réception du reçu fiscal. *Périmètre : Monde*

**Nombre de strike organisés.** Nombre effectif de réunions strike organisées par le département Innovation, chiffre suivi par le département Innovation. *Périmètre : France.*

**Quantité de déchets recyclés au siège (kg).** Quantité de déchets déclarés par notre collecteur de déchets Paprec. Sont collectés : papier, cartons, bouteilles plastiques, canettes. La quantité de verre est estimée. Les déchets de mégots ne sont pas comptabilisés car la quantité n'est pas renseignée par notre collecteur mais la quantité est infime comparée à la totalité des déchets traités. Chiffre suivi par nos Services Généraux. *Périmètre : Siège Hopscotch Groupe, Paris 2ème*

**Nombre de salariés formés à la RGPD.** Correspond au nombre de salariés ayant reçu la formation RGPD dispensée par le service Juridique au cours de l'exercice. Ne sont comptés que les équipes pouvant être comptabilisées. *Périmètre : France – tous contrats confondus*

Périmètres :

Monde	= 629 personnes = 100% des effectifs (CDD & CDI)
Paris (siège)	= 408 personnes = 64,9% des effectifs (CDD & CDI)
France	= 451 personnes = 71,1% des effectifs (CDD & CDI)

## 6.6. Précisions concernant la définition du Modèle d'affaires et du tableau des risques et opportunités

Le modèle d'affaires de Hopscotch Groupe a été défini de la façon suivante :

- › Concertation au sein de la direction générale du groupe, entre Benoît DESVEAUX, Pierre-Franck MOLEY, Frédéric BEDIN : à partir d'un canevas de business modèle, les membres de la Direction générale ont défini une première version.
- › Partage des premiers modèles avec les directions supports concernés : direction des ressources humaines, direction juridique, ainsi que la directrice générale adjointe du Groupe Valérie BONNEMENT.
- › Validation finale de la direction générale du Groupe
- › Réécriture et mise en page : intervention du chargé RSE.

*N.B / Sur la base du modèle d'affaires ainsi validé, le travail de définition des risques a pu démarrer. Les informations présentées dans le modèle d'affaires et dans le tableau des risques sont en cohérence et concordance.*

Les risques et les opportunités liés à l'activité du Groupe ont été définis de la façon suivante :

- › Concertation avec un panel représentatif de l'ensemble des métiers Hopscotch (Direction générale, Sagarmatha, service Achat, RSE, PR, Sopexa, Juridique... pour mettre à jour les risques 2019
- › Rédaction et hiérarchisation des risques finalisée avec la Direction Générale et le service RSE
- › Proposition et partage de la nouvelle cartographie des risques avec les métiers concernés puis validation finale de la Direction Générale.
- › Partage de la première version avec le cabinet d'Audit KPMG
- › Validation finale de la direction générale